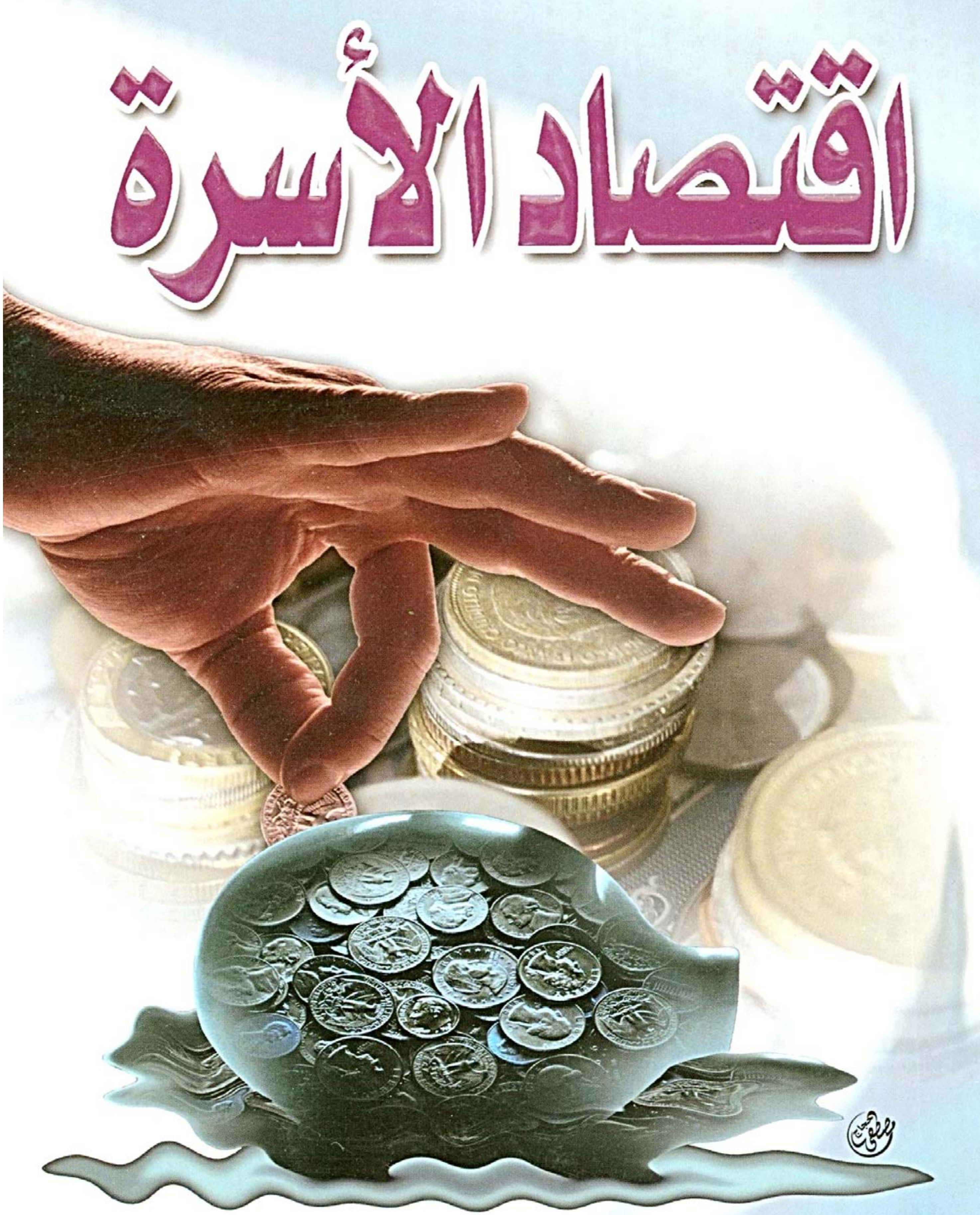
اقتصاد الأسرة



د. زيد بن محمد الرماني

دار طويق للنشر والتوزيع

الطبعة الأولى

اقتصاد الأسرة

اقتصاد الأسرة

تأليف

د. زيد بن محمد الرماني

عضو هيئة التدريس

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

ح دار طويق للنشر والتوزيع، ١٤٢٢هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر
الرماني، زيد محمد
اقتصاد الأسرة -الرياض
٣٥٢ ص ١٧ × ٢٤ سم
ردمك: ٤-٠٦٦-٨٦٨-٩٩٦٠
١- الاقتصاد المنزلي ٢- ميزانية الأسرة أ. العنوان
ديوي ٦٤٠،٤٢ ٢٢/١٤٢٠

رقم الإيداع: ٢٢/١٤٢٠
ردمك: ٤-٠٦٦-٨٦٨-٩٩٦٠

الطبعة الأولى
١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٤م

دار طويق للنشر والتوزيع
ص.ب ١٠٢٤٤٨ الرياض ١١٦٧٥
ت/ ٢٤٩١٣٧٤ — ٢٤٨٦٦٧٧ -٢٤٨٦٦٨٨ ف/ ٢٧٨٥٦٢٨

بريد إلكتروني E-mail: dartwaiq@zajil.net
موقعنا على الإنترنت www.dartwaiq.com.

مكتب القاهرة
هاتف/ ٤٥٩٤٦٧٩ محمول: ٠١٢٢٩٩٦٤٨٣٦
مساكن كورنيش النيل مدخل (٥) شقة (١) روض الفرج

مكتب الخرطوم
الخرطوم — السوق العربي — هاتف/ ٧٩٠١٣٤

تم الصف الإلكتروني والإخراج والتصحيح بدار طويق للنشر والتوزيع


بسم الله الرحمن الرحيم



مقدمة

الحمد لله وكفى وصلاة وسلاماً على عبده المصطفى .

أما بعد :

فلا نضيف جديداً حين نقرِّر أن الحياة في المجتمع المدني الحديث صارت أكثر تعقيداً وتداخلاً من جميع النواحي الاقتصادية والاجتماعية ، حيث ودّع الإنسان الحياة الميسرة ودخل في علاقات متشابكة ، ومن أبرز مظاهر هذه المدنية المعاصرة : النظم والحياة والنشاط الاقتصادي . فقد اتسمت العقود الأخيرة من القرن الماضي وبدايات هذا القرن بتطورات تنموية سريعة ومتعددة شملت جوانب الحياة المختلفة وكان لها الأثر البارز على الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات من مثل : وفرة الإنتاج وسرعة التوزيع وزيادة الدخل وتقدم وسائل الاتصال والاعتماد على فعالية برامج الإعلان .

بَيْدَ أن هذه التطورات أفرزت بعض الآثار السلبية التي مسّت حياة وسلوك الطفل والمرأة والأسرة ، من مثل : عادات الاستهلاك المتزايد لدى الأفراد وتفتيت القرار الاقتصادي داخل المنزل وهوس التسوق عند المرأة .

بل إن كثيراً من السلوكيات الضارة بدت في البروز، فهناك التباهي والتفاخر وحب التقليد والمحاكاة والميل للراحة والاسترخاء.

وفي ظل هذا كان لزاماً على المهتمين والباحثين والمثقفين والمتابعين، التنبيه على تلك الآثار والأخطار وتقديم المشورة والرأي والنصحية.

وأحسب أن الاقتصاد المنزلي شيء ضروري لمواجهة أعباء الحياة نتيجة زيادة أسعار السلع المختلفة والخدمات الأمر الذي يتطلب الانتفاع بالموارد المتاحة إلى أقصى حد ممكن وبطريقة سليمة.

فمما لا شك فيه أن الأسرة التي تهتم بتخطيط أسلوب حياتها سواء في الموارد المالية أو البشرية سوف تحقق أهدافها وتبلغ ما تصبو إليه من رغبات.

وأهم مظهر للتخطيط هو وضع ميزانية للدخل المالي للأسرة وتحديد طريقة التصرف في هذا الدخل على أكمل وجه دون تبذير أو إسراف وإعطاء كل بند من بنود الإنفاق حقه كاملاً، مع مراعاة إمكانات الأسرة واتباع نظام الإنفاق السليم من حيث عدم زيادة مقدار المنفق على الدخل وتوزيع الدخل قدر الإمكان على أبواب الإنفاق المختلفة.

إن الاقتصاد المنزلي بمجالاته المختلفة من تغذية وملابس وإدارة منزل ورعاية للطّفولة يهتم بالأسرة التي هي نواة المجتمع، فإن صلحت صلح المجتمع بأكمله.

فمن أهداف الاقتصاد المنزلي تربية الطفل والمرأة والأسرة مجتمعة تربية إسلامية وغرس المبادئ والقيم الإسلامية السمحة في أذهان وعقول الناشئة.

ولا شك أن الاقتصاد المنزلي له علاقات كبيرة بالاقتصاد الوطني الأم، كما أن دراية الفرد باقتصاديات الأسر ومواردها البشرية والمالية والتخطيط السليم للإنفاق يؤثر بدوره على الاقتصاد الوطني.

ومن هنا تبرز أهمية اقتصاديات المنزل وضرورة الوعي والاهتمام بأسسها وقواعدها الكفيلة بإذن الله لتحقيق أسرة صالحة ذات دعائم اقتصادية متينة.

ولذا، فإني أُقدِّم بدايةً بعض النصائح الاقتصادية المهمة في هذا المقام، ومنها:

أولاً: ينبغي التخلص من القيم الاستهلاكية السيئة الضارة حتى لا يتسبب الاستهلاك الترفي مثلاً في وجود الفقر وسط الرخاء إذ باستمراره قد تضيع موارد الأسرة ويفقد معها التوازن النفسي والاجتماعي.

ثانياً: حبذا تقدير الكميات المطلوبة والجودة والنوعية والفترة الزمنية، لاستهلاك السلع والخدمات.

ثالثاً: من المهم أن نكبح انفعالاتنا العاطفية المتعلقة بالكميات المطلوب شرائها واستهلاكها سواء على مستوى الأطفال أو النساء أو المجتمعات الأسرية.

رابعاً: ينبغي مراقبة الاستهلاك بصفة مستمرة والتحكم فيه عن طريق السياسات المالية والاقتصادية، والتّوعية المستمرة على مستوى الفرد وإحاطته دائماً بخطورة حالة الاستهلاك المرتفع.

خامساً: من المناسب تشجيع الأفراد أطفالاً أو شباباً أو نساءً على الادخار الإيجابي وتيسير قنوات فعالة وأوعية مناسبة لاستثمار مدخراتهم.

سادساً: من الضروري أن تقوم وسائل الإعلام ووكالات الدعاية والإعلان بدور مهم في تنمية الوعي الاقتصادي والاستهلاكي لدى أفراد المجتمع.

ومما يبشر بآمال مستقبلة اهتمامات دول الخليج في سبيل تثقيف اقتصادي اجتماعي صحي لجميع أفراد الأسرة والمجتمع، من خلال دعوتهم للأخذ بالأساليب السليمة وتعديل الأنماط الخاطئة.

فإذا كان التوجيه التربوي يعني في المقام الأول بالمدارس والجامعات ومنهج التدريس فإنه لا محيص من التناول التربوي منذ النشأة الأولى في البيت والمدرسة والحي وأماكن العمل، بدءاً من الوالدين، وانتهاءً بالمجتمع.

المؤلف

د. زيد بن محمد الرماني

ص.ب ٣٣٦٦٢

الرياض ١١٤٥٨

السعودية



الفصل الأول

اقتصاديات الطفل

الطفل والتملك

التملك فطرة في كل كائن حيّ، لذا فإن سائر المخلوقات تحرص على التملك، فهي تتملك البيت الذي تأوي إليه، والطعام الذي تحتاجه، ومورد الماء الذي يحميها من العطش والموت.

أما الطفل فإنه يبدأ يشعر بالتملك في سنٍّ مبكرة، وأول مظهر لذلك الشعور يتمثل في حرصه في الشهور الأولى من حياته على أن يحتفظ لأطول فترة بصدر الأم وحنانها.

يقول عبد الفتاح صابر في كتابه (سيكولوجية النمو): يألف الطفل بالتدرج صوت الأم ووجهها فيأنس إليه، ويطمئن به، فهي تلاعبه وتلاطفه وتبتسم له وتحنو عليه، وتصبح الأم وما يرتبط بها عالم الطفل الذي يقدم الراحة والأمن والشبع والمؤانسة.

وبذلك تمثل الأم أول الموضوعات التي ينمو حولها شعور الطفل بالملكية الخاصة.

وخلال الشهور الأولى من حياة الطفل يتعلم أن هناك

أشياء خاصة تنتمي إليه، فزجاجة الرضاعة خاصة به، واللهاية التي توضع في فمه، هي أيضاً شيء خاص به.

وهو مع التقدم في السن يرفض ربما بدافع الغيرة وربما بدوافع أخرى أن يسمح لطفل آخر أن يستخدم زجاجة الرضاعة أو اللهاية الخاصة به.

والكأس التي يشرب فيها الطفل، وملعقة الطفل والطبق الذي يقدم فيه الطعام، وكرسي الإخراج، من الموضوعات التي ينمو من خلالها شعور الطفل بالملكية.

بل إن مهد الطفل وفراشه وملابسه والدثار الذي يتدثر به، كلها موضوعات تستثمرها الأسرة في تنمية شعور الطفل بالملكية الخاصة.

وخلال السنوات الثلاث الأولى من حياة الطفل تنمو (أنا) الطفل، فهو يعرف اسمه الذي ينادى به، ويعرف اسم أبيه وأمه، ويتعرف على نفسه كأحد أفراد الأسرة، ويأخذ مكانه على مائدة الطعام بينهم.

وعندما يلتحق الطفل بروضة الأطفال ينفطم اجتماعياً بالتدريج عن الأم والبيت، وتتسع دائرة انتماءاته الاجتماعية، فتشمل المعلمة، وتشمل غيره من الأطفال.

يقول مؤلفو كتاب (مشكلة سرقات الأطفال): وأحد

المفاهيم الأساسية في احترام الملكية، والتي ينبغي غرسه في الطفل والتأكيد عليه في سنٍّ مبكرة، هو أنه لا ينبغي أن يفرط فيما يخصه، وأنه لا ينبغي أن يأخذ ما ليس له.

وبذلك يكون للبيت ولروضة الأطفال دور كبير في غرس المفهوم الصحيح للملكية، وللحفاظ على الملكية الخاصة، ولاحترام ملكية الآخرين.

ومنذ وقت مبكر منذ سن الرابعة تأخذ النقود مفهوماً ومعنى خاصاً لدى الطفل إذ يُعدُّ موضوع النقود من الموضوعات المهمة في تعليم الطفل الحفاظ على ملكية الآخرين، وفي الحفاظ على ملكيته الخاصة، فهو لا يأخذ أية نقود يجدها في المنزل، لأنها ليست من حقه، ولأنها مخصصة لأغراض أخرى.

فأمه تشتري السلع والحاجيات من السوق بالنقود، وأبوه يتحدث مع أمه عن النقود التي تخصص لميزانية البيت، والأسرة تعتذر أحياناً للطفل عن شراء بعض أغراضه حتى تتوفر النقود، والطفل يطلب النقود ويعطى النقود، ويوجه في شراء ما يشتهيه من حاجيات بالنقود.

بل ويتعلم الطفل في سنٍّ مبكرة ادخار النقود، وتخصص له (حصالة) خاصة به يودع فيها ما يعطاه من النقود التي تزيد عن حاجته.

ومن المعلوم أن النقود هي مقابل عمل ومقابل جهد، كما أنها لقضاء أغراض خاصة والنقود بمعدلات معقولة، فمصروف الجيب الذي يعطى للطفل من الأسرة ينبغي أن يكون بمقدار معقول مقبول.

ختاماً، أقول ينبغي أن يعود الطفل على استثمار المدخرات بالطرق السليمة، وينبغي أن يعوّد كذلك على التصدّق ببعض النقود التي تتراكم لديه، تعريفاً له بحق الله تعالى في المال ولفريضة الزكاة والصدقات.

وبذلك تصبح للنقود قيمة أكبر، فيها تنمو شخصية الطفل وتزداد مكانته الاجتماعية ويستقر في داخله المفهوم الصحيح للتملك والملكية الخاصة.



الطفل والنقود

إن الأخطاء التي يقع فيها بعض الآباء والأمهات في تربية أولادهم في هذا الزمان كثيرة، ومنها تنشئتهم على حب النقود والتعلق بها واكتسابها بطرق هينة دون كد أو عناء حتى إذا كبروا لم يعرفوا قيمة النقود وأهمية المحافظة عليها وكيفية إنفاقها وسبل استخدامها وفائدة ادخار بعضها، ومن ثم يقعوا فريسة سهلة للإسراف والتبذير، متى شحت نقودهم ويسهل عليهم عندئذ السعي لاكتسابها من حلال أو حرام، يقول خالد الشنتوت في كتابه (دور البيت في تربية الطفل المسلم) وقد اعتاد كثير من الآباء والأمهات إعطاء أولادهم نقوداً على أشكال مختلفة منها:

١ - المصروف اليومي: فللولد مصروف يومي نقدي، يطالب به إذا تأخر عنه، وكأنه حق طبيعي له.

٢ - الترضية: فكلما غضب الولد قدّم له أبوه أو أمه ريالاً أو أكثر ترضية له ليسكت.

٣ - الهدية: فكلما زار الأولاد أقاربهم وخاصة في الأعياد والمناسبات أهدوهم بعض الهدايا النقدية.

وللأسف، فإن معظم هذه النقود التي تدفع للولد يشتري بها المرطبات المثلجة أو الحلوى أو الأطعمة المستحدثة لدى

الباعة المتجولين أو المطاعم المكشوفة، وكل هذا يسبب للولد الآلام والأمراض المتكررة المشاهدة هذه الأيام، ولا يقف الضرر عند حدود الجسم ولكن الضرر النفسي والخلقي أخطر من ذلك وأشد تأثيراً، يقول خالد الشنتوت في كتابه السابق: ومن هذه الأضرار الوخيمة:

أ) اعتياد الولد اكتساب المال بسهولة وبدون كد أو عناء، ومن سمات النفس البشرية أن تتخلى بسرعة عن كل ما كسبته بسهولة والعكس صحيح.

ب) نظرة الولد منذ نعومة أظفاره إلى المال كوسيلة محترمة، تجعل الولد يحترم من يدفع له نقوداً، والعكس صحيح.

جـ) اعتياد الولد الإسراف وهدر المال، واعتياده ألا يدخر المال بل ينفق كل ما يكتسبه أولاً بأول، هذا الأمر يجعل الولد دائم الاحتياج للمال لمواجهة الإنفاق المستمر.

د) عندما يعوّد الولد على هذا الإسراف ثم يُقصر عنه لسبب ما، قد يلجأ إلى السرقة من والديه أو زملائه، ليستمر في الشراء والإنفاق.

وبعد، فقد اتضحت مشكلة النقود في حياة أولادنا، ومن ثم فلابد لنا من إسداء بعض النصائح المهمة في الموضوع، منها:

أولاً: لا ينبغي أن ندفع مالاً للولد دون سبب، وعليه: فينبغي أن نبحث عن سبب ما كلما أردنا أن ندفع له، مثلا ندفع للولد بعض النقود مكافأة له على مواظبته على الصلاة، أو مكافأة له على طاعة والديه، أو مكافأة له على الجد والاجتهاد في الدراسة، أو مكافأة له على التعاون ومساعدة إخوانه، وصلة أرحامه، وهكذا.

ثانياً: يفضّل أن نعوّد أولادنا منذ الصغر على عادة الادخار المنظم وليس الاكتناز المذموم، بحيث نوفر لهم حافظة أو حصالة نقود يضعوا فيها بعض ما يستلمونه ونراقبهم في ذلك حتى لا يصرفوا كل أموالهم، مهما كان قليلاً.

ثالثاً: حبذا تعويد أولادنا منذ صغرهم على الإنفاق الخيري التطوعي في سبيل الله وتشجيعهم على البذل وتعويدهم على دفع الصدقات للفقراء من مالهم، والإحسان إلى الضعفاء والمحتاجين.

رابعاً: القدوة الحسنة من أحسن الوسائل وأفضلها، فلنكن أيها الآباء وأيتها الأمهات قدوة حسنة لأولادنا في حسن التصرف في المال، والاعتدال في الإنفاق واكتسابه من حلال، وبذله للمحتاجين، قال تعالى: ﴿وَالَّذِينَ فِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَّعْلُومٌ (٢٤) لِلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ (٢٥)﴾ [المعارج: ٢٤، ٢٥].

وقال عليه الصلاة والسلام: «**لا تزول قدما عبد يوم القيامة حتى يسأل عن أربع: عمره وشبابه، وعلمه، وماله: من أين اكتسبه وفيم أنفقه**».

خلاصة القول فإن تدريب الأولاد على السياسة الرشيدة لأموالنا من حيث حسن الكسب والنفاق، بحيث لا إسراف ولا تبذير ولا تقتير ولا بخل، هذا التدريب من الأمور المهمة في التربية الإسلامية، عسى أن نربي جيلاً مسلماً واعياً صالحاً.



الطفل والاستهلاك

إن ترشيد الاستهلاك يُعدُّ أهم أهداف المجتمعات عامة، فالدول تعمل جاهدة على ترشيد استهلاك مواطنيها، وحثهم على تنظيم الاستهلاك الفردي والأسري.

ويتوقف نمط استهلاك الفرد على مدى وعيه بأهداف الدولة وسياستها الاقتصادية كما يتوقف على نوعية المعلومات والعادات والاتجاهات المتأصلة لديه منذ الصغر بالممارسة اليومية.

ولا شك أن التطبيع الاجتماعي للطفل له أثره في تحديد أنماط سلوكه الاستهلاكي، ولهذا كان الاهتمام بمراقبة الطفل وتوجيه سلوكه التوجيه السليم أمراً ضروريا حتى يمكنه أن يشارك بنصيب من الجهد والمال في تنظيم الاستهلاك.

والتربية السليمة تتطلب إكساب الطفل حقائق وقيماً ومهارات واتجاهات معينة، منها الاتجاه نحو ترشيد الاستهلاك.

وحيث إن كثيراً من المعلومات والبيانات المتعلقة بترشيد الاستهلاك وتوجيه المستهلك وتكوين الاتجاهات السليمة لديه ليست فطرية وإنما هي مكتسبة، فلابد إذن من دراستها وممارستها وربطها بجوانب الحياة اليومية ومتطلباتها الأساسية.

إن وجود القدوة السّليمة وخاصة في فترة الطفولة يساعد على سرعة التعلم وغرس العادات والقيم والاتجاهات الصحيح نحو الاستهلاك والتركيز على المفاهيم الخاصة بترشيد الاستهلاك .

كما أن توفير الفرصة المناسبة للطفل من الصغر للمشاركة في عمليات الاختيار والشراء تنمي فيه القدرة على حسن الاختيار ، مع تعويد الطفل على الاقتصاد والتوفير وتقليل الفاقد في كل نواحي الحياة الاستهلاكية .

خاصة أن الطفل فرد في أسره ، مستهلك للغذاء والملابس واللعب والمصروف وممتلكات الأسرة من أجهزة وأدوات .

إن تجربة الطفل الأولى مع النقود يمكن أن يكون لها أثر انفعالي ، ومن الحكمة أن يدرب الطفل في سنٍّ مبكرة من حياته وفي مستويات الدخل المختلفة على استعمال النقود كما ينبغي أن يسمح للطفل أن يتصرف - في حدود - في نقوده .

ومن المهم أن تكون المبالغ المعطاة للطفل مناسبة لسنه ، وأن تعطى له بانتظام ، فالطّفل بطبيعته ميّال للجمع والادخار والتملك وحب النقود .

ويستحسن أن تتاح الفرص للطفل للتسوق لشراء الملابس الألعاب والغذاء حتى يدرك أن السلع المختلفة لها أسعار

مختلفة، وأن السلعة الواحدة قد تكون لها أسعار مختلفة.

ومن ثم يفضل أن تنمي الأسرة لدى الأطفال عادات وسلوكيات سليمة في اختيار ملابسهم من حيث الجودة واللون والمقاس والثمن.

لقد قام علماء الاجتماع بتحليل عدد من العوامل مثل الدين، الموقع الجغرافي، البيئة الاجتماعية، العوامل النفسية والاقتصادية. وأشاروا إلى أن الطبقة الاجتماعية تلعب دوراً أكبر من جميع العوامل في تحديد نمط الإنفاق والتعامل بالنقود.

إن نمط السلوك الاستهلاكي لدى الفرد يتأصل لديه منذ الصغر، ويتأثر بالعديد من العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية من مثل: التقليد، والمحاكاة، والإعلانات التجارية والدخل النقدي ووسائل الإعلام المختلفة.

فلا يمكن إهمال تأثير التلفزيون والإعلانات على أنماط استهلاك الأفراد فكثيراً ما تؤثر الدعايات على أنماط الاستهلاك وتزيد من الشراء العشوائي لدى كثير من الأفراد والهوس التسوقي لدى النساء خاصة.

إن التعايش في هذا العالم يفرض على جميع الأفراد التعامل بالنقود، كما أن الصغير والكبير على السواء، ذكوراً

وإناثاً، يؤدون دور المستهلك في لحظة ما، وكما تبين فيما سبق يكتسب الأطفال أنماط استهلاكهم من المجتمع، والأسرة والأتراب، ويتأثرون بعوامل ذاتية وبيئية كالتلفاز والإعلانات والمعارض وما شابه.

وقد أشارت كثير من الدراسات والأبحاث إلى دور الإعلانات التليفزيونية في تفضيل لعبة أو منتج غذائي.

ويلاحظ أن تفضيل الطفل للإعلان ناتج عن جاذبية الإعلان نفسه، فإذا اعتاده الطفل يقل انتباهه له.

وأظهرت بعض الدراسات أن الإعلانات ذات تأثير ضئيل في معرفة الطفل لمعنى كلمة العلامة التجارية أو الماركة.

وأظهرت النتائج والدراسات أن التليفزيون الوسيلة الأولى في الإعلان عن المأكولات الرخيصة والمحببة للطفل.

وفي هذا المقام أذكر بعض النصائح والتوجيهات من أجل توعية الطفل المستهلك وتربيته على السلوك الاستهلاكي السليم:

١ - تقديم القدوة الصالحة في مجال الأنماط الاستهلاكية الرشيدة.

٢ - ضرورة مشاركة الوالدين الطفل في عمليات الشراء.

٣ - تعويد الطفل على التوفير وتزويده بحصالة نقود.

٤ - إعطاء الطفل مصروفاً محدداً ليتعود على التعامل مع النقود.

٥ - مساهمة وسائل الإعلام والإعلان في توعية الأفراد بأهمية النقود والقيمة الشرائية والسلوك الاستهلاكي المتزن.

٦ - توجيه برامج إعلامية لتوعية الأطفال بأهمية وكيفية ترشيد استهلاكهم.



الطفل والجــوع

إن إحصاء عدد البشر الجائعين ليس تمريناً ممتعاً وسهلاً. الواقع أن تعريفات خط السعرات الحرارية الذي يمكن الحديث من خلاله عن سوء التغذية تتباين وفقاً للمناهج وتتطور مع الزمن. وتكون الأرقام الرسمية أحياناً من تقدير أصحاب الأهواء.

هكذا تعلن منظمة الصحة العالمية بانتظام الرقم المذهل: ١٥ مليون طفل يموتون من الجوع كل سنة.

بَيْدَ أن بعض علماء السكان يقدرون العدد الكلي لوفيات الأطفال الأقل من خمس سنوات بـ ٩ ملايين.

وهذا الرقم الأخير يبدو مرجحاً، إذا جرى الاحتفاظ بمعدل مواليد بمتوسط ٣٪ لسكان العالم الذين يبلغون قريباً من خمسة مليارات، فهذا يعطي ١٥٠ مليون من المواليد سنوياً، باستخدام معدل وفيات بين صفر وخمس سنوات بمتوسط ٧٪ من المواليد الأحياء، تحصل على رقم ١٠,٥ مليون من وفيات الأطفال سنوياً.

وهذا الحساب الكئيب يبيِّن دون شك أن منظمة الصحة العالمية تبالغ في الأمر، بَيْدَ أن حساباً مماثلاً مقتصراً على البلدان الغنية من حيث ٨٥٠ مليون نسمة سكان بمعدل مواليد

٤ , ١٪، ومعدل وفيات بين صفر وخمس سنوات بمتوسط ١٪ يبيِّن أن ٠٠٠ , ١٢٠ طفل فقط يموتون هناك .

الأمر الذي يُظهر أن أكثر من عشرة ملايين من وفيات الأطفال هم من أطفال العالم الثالث، وربما كان أولئك لا يموتون جوعاً، ولكن هذا لا يجعل تلك الأرقام أقل إثارة للفزع .

وهناك من يعتقد أن هذا التمرين عديم الجدوى، إذ أن تباين الأوضاع والنوعية الرديئة للإحصاءات الرسمية في أغلب البلدان المعنية من شأنهما أن يجعلا نشر الرقم الإجمالي للجوعى كما تفعل تقارير الهيئات الدولية أمراً لا معنى له مطلقاً .

على أنه لا مناص من استخدام مؤشرات موضوعية إجمالية تقدم، دون أن تحل محل تحليل الأوضاع الملموسة، صورة مركزة حول مدى اتساع نطاق الجوع حسب مناطق الكرة الأرضية وتطوره مع الزمن .

إن فترات مفزعة من المجاعات كانت تجتاح المجتمعات في عهد ما قبل الاستعمار .

ويبدو أن التطورات في مجال النقل والمواصلات قد جعلت فترات المجاعات العامة أندر وأقصر .

يقدِّر برونيل أنه لم يعد هناك موضع على الكوكب يموت فيه الناس جوعاً بلا انقطاع .

لكن : أليس في هذا مبالغة ! ! إذ لو مات الناس هناك بلا انقطاع ، فمن الجلي تماماً أن ذلك الموضع سيخلو من سكانه بكل سرعة .

هذا من جهة ، ومن جهة أخرى فإن هناك من يقول إن التطورات الصحية والطبية التي أدت إلى الانفجار السكاني قد ساعدت على اتساع نطاق الجوع .

باختصار : فربما كان هذا الجدال بلا مغزى تقريباً على المدى الطويل .

وتبقى معركة الأرقام في عالم الاقتصاد ودنيا الفقر والجوع مستمرة ! !



الطفل والعمل

يعمل ملايين الأطفال في أشد المهن شقاءً من أجل إعالة عائلاتهم، بحيث أن الحياة لا تسمح لهم بأي خيار آخر، وذلك بسبب الفقر في العالم الثالث، الذي يدفع بالأطفال إلى التسارع في مغامرات قاسية للبحث عن لقمة الطعام.

وهناك دول عديدة في العالم الثالث يعاني الأطفال فيها من الشقاء والحرمان ويعملون في مهن يصعب على الكبار تحملها.

ففي الهند - مثلاً - أكثر من ثلاثة ملايين طفل يعملون في مصانع أحجار الباطون ومصانع الآجر، حيث يخدمون في الأفران التي يتم فيها حرق الآجر عدا عن وجود ١٣١ ألف طفل يعملون في حياكة السجاد، وغيرهم في صناعة الأقفال وفي صقل الأحجار.

وفي أكثر من دولة يوجد الآلاف من الأطفال يعملون في المصانع والمناجم والمعامل ومحطات البنزين والنقل وبيع الصحف والمطاعم والمطابع وورشات البناء.

وللأسف فإن غالبية هؤلاء الأطفال يعتاد لغياب السلطة والأهل على التدخين والمخدرات.

فقد أعلنت إحصائيات لجنة حقوق الإنسان التابعة للأمم

المتحدة أن شبكات الدعارة في بعض الدول الآسيوية تستقطب سنوياً قرابة مليون طفل، يؤخذون عنوة أو تحت إغراء المال ليكونوا بتصرف الزبائن.

وفي بنغلاديش حيث الفقر، هناك ثلاثة ملايين طفل دون سن العمل (١٥ سنة) ينتشرون في عدة مدن يبحثون عن العمل لإعالة عائلاتهم من الموت جوعاً سواء كان عملهم في تلميع الأحذية أو الكاراجات أو ورش التصليحات، وجمع القمامة وحمل البضائع، وفي أماكن الملاهي والدعارة.

إن معظم الأطفال العاملين في العالم الثالث يعيشون دون خط الفقر، ويحصلون على نصف ما يحتاجونه من الطعام، وثيابهم رثة بالية، وحالتهم الصحية سيئة، وأجسامهم ضعيفة.

ولذلك أصبحوا فريسة سهلة لعصابات الجريمة المنظمة التي تخطفهم وتجبرهم على التسول أو الدعارة، وفي بعض الأحيان نجد أن بعض الآباء يعمد إلى بيع أبنائه مقابل ٨٠ دولار سنوياً للعمل في المصانع من أجل تأمين الغذاء والمسكن.

يقول د. علي وهب في كتابه (خصائص الفقر والأزمات الاقتصادية في العالم الثالث): إن المجاعة تطرق أبواب أكثر من ٨٠٪ من شعوب العالم الثالث، إذ نجد ملايين يفترشون الأرض ويلتحفون السماء من الفقر والجوع معاً.

وإذا ابتعدنا عن مآسي العالم الثالث نجد في قلب العالم الصناعي المتطور أطفالاً يعملون في مختلف المهن والحرف عوضاً عن الذهاب إلى المدرسة.

وحسب احصاءات مكتب العمل الدولي يوجد أكثر من ١٠٠ مليون طفل في العالم يعملون دون سن الخامسة عشر، خاصة في الدول النامية.

وبالرغم من القوانين والدساتير والأنظمة التي تنص على منع تشغيل الأطفال في مهن تشكل خطراً على حياتهم، إلا أن أعداد الأطفال الذين يقومون بأعمال صعبة وشاقة في ازدياد مطرد.

إن عمل الأطفال في بعض دول العالم الثالث أصبح جزءاً لا ينفصل عن القوة العاملة، لأنه يحل بعضاً من المشاكل، وخاصة مشكلة إطعام هؤلاء الأطفال، حتى أن هناك نشاطات صغيرة لا يتمكن من القيام بها إلا الأطفال في سن دون الخامسة عشرة من العمر.

إن المجتمعات المعاصرة مطالبة وبشكل عاجل بتصحيح أوضاع هؤلاء الأطفال، وتوفير السكن والاستقرار والحنان والأمن لهم بدل المشقة والحرمان والفقر والجوع.



الطفل والتلفزيون

كيف يتسنى للأطفال أن يصبحوا أفراداً نافعين في المجتمع؟ وكيف تُعِدُّهم سنوات سذاجتهم الطفولية لفترة البلوغ ؟ وكيف يمضون أوقاتهم؟!.

لا سيما أن الوقت يعتبر مقياساً مفيداً نظراً لأنه - وخلافاً للثروة والفرص الاجتماعية المتاحة - هو السلعة نفسها بالنسبة للجميع ، فإذا كان هناك أربع وعشرون ساعة في اليوم ، وإذا كان أغلب الناس يظلون يقظين ست عشرة ساعة كل يوم ، فإن إجمالي ساعات اليقظة المائة والاثنتي عشرة أسبوعياً سيمثِّل موضوعاً ملائماً للدراسة .

فكيف يمضي أطفالنا هذه المائة والاثنتي عشرة ساعة في الوقت الحاضر ، وخاصة الأطفال بين سن الثالثة والحادية عشرة؟!!

لقد كان أغلب الأطفال حتى مائتي سنة مضت - يمضون وقتهم في المجتمعات المحلية والقرى التي يعيشون فيها في ملاحظة الأفراد البالغين في أنشطتهم اليومية في العمل واللهو ، وكان الأطفال يتعلمون المهارات والمواقف الضرورية التي تتناسب والمجتمع المألوف الذي لم يكن بعيداً عن متناولهم . وكانت المهارات والقدرات التي يطورونها وهم أطفال تفيدهم عندما يصبحون بالغين .

وقد بدأ شيء من ذلك يتغير بقدوم الثورة الصناعية، فالناس وقد أخذوا ينتقلون بأعداد متزايدة من المجتمعات المحلية التي عاشوا فيها لأجيال عديدة إلى المدن، كانوا يبحثون عن فرص اقتصادية واجتماعية جديدة، وفي العالم الصناعي الحضري الجديد، رأى الأطفال الحياة وراقبوها بطرائق جديدة تماماً، واخترعت المدارس لكي ترفد التعلم بالمشاهدة والملاحظة.

ثم تغير الوضع في السنوات الأخيرة فأصبح الأطفال يمضون نحو ٤٠ ساعة كل أسبوع في مشاهدة التلفزيون وممارسة ألعاب الفيديو وعندما تضيف لذلك أربعين ساعة أخرى تأخذها المدرسة من وقت الأطفال أسبوعياً بما في ذلك الوقت الذي يستغرقه الذهاب إلى المدرسة والعودة منها وأداء الواجب المدرسي في المنزل - فلن يتبقى لهم سوى ٣٢ ساعة للتفاعل مع زملائهم.

لذا قال جون كوندري: إن دور التليفزيون في تكوين البيئة التي يتم في سياقها التكييف الاجتماعي للأطفال يُعدُّ موضوعاً جديراً بالدراسة.

فالأطفال يقتربون من التليفزيون ويشاهدونه بدوافع تختلف اختلافاً كبيراً عن الدوافع الشائعة لدى البالغين،

فأغلب البالغين، يشاهدون التليفزيون بغرض الترفيه والتسلية أما الأطفال فرغم أنهم يجدون التليفزيون مسلياً، فإنهم يشاهدونه لأنهم يسعون إلى فهم العالم.

إن التليفزيون سارق للوقت، فعندما يشاهد الأطفال التلفزيون لمدة أربع ساعات في اليوم أو أكثر، فإنهم لن يفعلوا أياً من الأشياء العديدة الأخرى التي قد تكون في نهاية المطاف أكثر أهمية من زاوية نموهم. على أن التليفزيون هو أكثر من مجرد سارق للوقت النفيس، فمحتواه في البرامج وفي الإعلانات يؤثر بعمق في مواقف الأطفال ومعتقداتهم وتصرفاتهم.

فإذا كانت البدانة مثلاً تُمثِّل مشكلة للكبار والصغار، فهل يلعب التلفزيون دوراً بارزاً في توفير الظروف المسبِّبة للبدانة والسُّمنة؟!

يقول أكثر من باحث: في الوقت الذي لا يتضح فيه مدى قوة العلاقة السببية المحتمل ووجودها فإن هناك أسباباً تسوغ الاعتقاد بوجودها.

فمشاهدة التلفزيون وهي نوع من النشاط الجسدي السلبي، غالباً ما يصحب بالأكل.

كما أن الأغذية التي يُعلن عنها في التليفزيون ربما أثارت

الرغبة في الأكل عند المشاهد، والغذاء هو المنتج الأكثر شيوعاً في الإعلانات التليفزيونية التجارية.

إن مهمة صناع برامج التليفزيون هي الاستحواذ على انتباه الناس، والإمساك بهم لفترة تكفي للإعلان عن منتج. وفي ضوء السلوكيات الإنسانية فإن هذا العمل ليس سهلاً، فالكائنات البشرية تضجر بسرعة ويتضاءل تأثرها بسهولة، ولكي يحصل التليفزيون على انتباهنا، فلابد له أن يتغير باستمرار.

ويلاحظ أن أكثر القيم الذرائعية وروداً في الإعلانات التجارية (القدرة) و (الإفادة) و(الأناقة). ومن أقلها وروداً (الشجاعة) و (التسامح). ومن أكثر القيم التي يجري التأكيد عليها من بين القيم المتصلة بالمظهر (الجمال) و(الشباب) أما قيمة (السعادة) فقد تم التأكيد عليها في نحو ٦٠٪ من مجموع الإعلانات.

وسجلت القيم المرتبطة بتحقيق الذات مثل: السعادة الشخصية، الحياة المثيرة، التميز الاجتماعي، عدداً أكبر من مرات الورود في الإعلانات بالمقارنة مع قيم معينة أخرى أكثر غيرية مثل (المساواة) و(الصداقة).

والواقع، فإن القيم التي تؤكد عليها الإعلانات التجارية

التي تعلي من شأن القيم الأنانية على حساب القيم الغيرية، تستحق وقفة جادة.

إذن ما العمل؟!! ينبغي علينا أن نكف عن خداع أنفسنا فيما يتعلق بالتليفزيون، وعلينا أن نبدأ في التصرّف المنضبط.

إن بعض الآباء ربما لجأ إلى تقليل الوقت المسموح به للأطفال لمشاهدة التليفزيون.

كما أن بعض الآباء الذين أدركوا خطر التليفزيون يتحدثون عما يشاهدونه في التليفزيون مع أطفالهم، معلقين على الأجزاء التي تبدو زائفة ومضللة بشكل خاص.

إن هذا وذلك قد يساعد، بيد أننا ينبغي أن نستخدم أكثر من وسيلة مناسبة وطريقة إيجابية وأسلوب حكيم ومنهجية واقعية تجعل الأطفال أكثر حذراً من استخدام التلفزيون، كمصدر رئيس للمعلومات والثقافات.

إن علينا أن نفعل ما بوسعنا لتحسين ما هو متاح لأطفالنا، وأن نبحث عن البدائل المتناسبة مع مستوياتهم العمرية والفكرية والذهنية، ذلك لأن العمل الجاد من أجل صحة وسعادة وسلامة الأطفال أمر يستحق العناء.

إن الأطفال في حاجة إلى أن يتعلموا الكثير في المدرسة عن التليفزيون، سواء عن برامجه أو إعلاناته.

ولو أن الأطفال تعلموا أن الحصول على السلع ليس هو الهدف الأسمى في الحياة، وأن العديد من القيم التي يتعلمونها من برامج التليفزيون وإعلاناته تتناقض مع ما يتعلمونه في المدرسة، فسيكون ذلك أمراً عظيم الفائدة.

إن التليفزيون - وللأسف - لن يختفي من حياتنا في يوم من الأيام، ومن غير المرجح أيضاً أن يتغير بما يكفي لكي يصبح بيئة معقولة ومناسبة للتكييف الاجتماعي للأطفال.

إن الأطفال في حاجة إلى أن يعرفوا عن أنفسهم بالقدر نفسه الذي يحتاجون فيه إلى معرفة العالم، إنهم في حاجة إلى قدر أكبر من التجربة وقدر أقل من التليفزيون.

إن على المدارس والأسر أن تقوم بدورها على نحو أفضل مما هو حاصل الآن، وهي تحتاج إلى كل المساعدة الممكن توافرها فالحد من تأثير التليفزيون في حياة الأطفال هو خطوة أولى جيدة.

وقد آن الأوان الآن لاتخاذها.



الطفل والانحراف

إن المجتمع المريض هو الذي يحول دون إشباع حاجات أفراده والذي يفيض بأنواع الحرمان والاحباطات والصراعات والذي يشعر فيه الفرد بنقص الأمن وبعدم الأمان.

كما أن التنافس الشديد بين الناس وعدم المساواة والاضطهاد والاستغلال وعدم إشباع حاجات الفرد ويضاف إلى ذلك وسائل الإعلام الخاطئة غير المواجهة والتي تؤثر تأثيراً سيئاً في عملية التنشئة الاجتماعية.

كل هذه الأسباب إلى جانب أسباب أخرى تدفع الفرد الذي يعيش في مثل هذا المجتمع المريض إلى سوء الوفاق الاجتماعي بحيث يكون السلوك المريض والشيخوخة المبكرة وغير السويّة، النتاج المتوقع لهذه المساوئ.

يقول جليل وديع شكور في كتابه (أمراض المجتمع): من المعروف أن تدني الحالة الاقتصادية لأية عائلة لا يسمح بتلبية جميع متطلباتها، وتلعب البطالة وفقدان المواد الأولية دوراً فاعلاً في هذا التدني.

وفي هذا المجال، وجد سالوس في دراسة له على الأحياء البائسة والمعدمة اقتصادياً أن العوز المادي ليس كافياً بمفرده لتفسير الانحراف، فهناك متغيرات خمسة تميِّز عائلات

المنحرفين: غياب الأب، وسوء تفاهم الوالدين، والبطالة وعدم الاستقرار المهني، والإدمان الكحولي في الأسرة، والماضي الجانح لأحد الوالدين.

وقد أظهرت الدراسة التي أعدتها الأمانة العامة للأمم المتحدة عن الوقاية من جناح الأحداث أن الزيادة في حجم جناح الأحداث أكثر تواجداً في البلاد التي بلغت حداً كبيراً من النمو عنها في البلاد الآخذة في هذا النمو، وأن التغييرات الاقتصادية والصناعية الجديدة في البلاد الآخذة في النمو ذات أثر مباشر على تزايد جناح الأحداث.

والجدير ذكره أن عمليات النمو والتحضّر قد لا تكون السبب المباشر في الانحراف، إنما ما يرافق ذلك أو يترتب عنه كالتفكك الذي يصيب الأسرة من جراء ذلك أو سوء التكيف الذي يصيب النازحين من الريف إلى المدينة بحثاً عن العمل أو التعارض في القيم بين قيم الواقع وبين ما يرجى أن يكون.

كل ذلك يُشكّل ضغوطاً على الناشئة تساعد على ظهور الانحراف أو تعجل في ظهوره.

ومن الأسباب التي تضاف إلى ذلك التضخم المالي وغلاء أسعار المواد الاستهلاكية أو احتكارها.

إن هذه الأسباب تسهم في سوء الحالة الاقتصادية التي

تنعكس مرضاً اجتماعياً متمثلاً بالقلق والخوف على المصير .

كما أن سوء الوضع الاقتصادي قد يدفع بالعديد إلى ممارسة بعض أنواع السلوك الممنوع أو المرفوض اجتماعياً كأعمال الغش والتزوير والإتجار بالمخدرات وقبول الرشوة والسرقة والاحتيال .

لذا، يرى رجال الاقتصاد وعلماؤه أن أسباب الانحراف الاجتماعي تكمن في سوء الحالة الاقتصادية المتمثلة بمشكلات تعود إلى الفقر والبطالة والفشل الناتج عن سوء الوفاق المهني .

في هذا المجال، فإن بعض الاقتصاديين يربط بين الانحراف والفقر معتبراً إياه السبب الأول مستشهدين على ذلك بأن غالبية نزلاء السجون من أصل فقير، كما أن الفقر يُولِّد العديد من المشكلات الحياتية المتعلقة بالصحة والسكن والتعليم وتوازن الأسرة، والتي تُولِّد الانحراف .

وعلى العكس من ذلك، يعتبر اقتصاديون آخرون أن الغنى والرخاء هما سبب ازدياد حالات الانحراف، ويصدق ذلك في البلاد المتقدمة صناعياً، حيث نرى ازدياداً لعدد الأحداث الجانحين .

والمعترضون على ربط الانحراف بالفقر يشيرون إلى أن الإحصاءات تكون عادةً مضللة لأسباب عديدة منها : أن معظم

جنح الأغنياء تبقى خفية أو تسوّى قبل أن تصل إلى المحاكم، كما أن الفقراء لا يتمتعون عادةً بوسائل الحماية التي تتوافر للأغنياء، وأيضاً لأن الفقراء هم أكثر الناس تعرضاً للملاحقة وسوء الظن.

وإذا كان الفقر سبباً للانحراف، فكيف يمكن تفسير التصرفات غير المشروعة والمنحرفة التي تكثر في أوساط رجال الأعمال، كما هو معروف للجميع؟!

وأمام هذا التناقض يمكننا القول إن الفقر بوجوهه المتعددة قد يُشكِّل ظروفاً أو مناخات مهيئة للانحراف، أو على الأقل فرصاً تُسهِّل لسلوك الجانح احتمال حدوثه.

إن مهمة الباحث النفسي والاجتماعي وبعد تزايد الاهتمام بالفرد والأخذ في الاعتبار البُعْد الإنساني - ليس في إدانة المنحرف وإصدار الحكم عليه، بل البحث في ظروف الانحراف وفي أسباب هذا العمل المرفوض إلى جانب البحث الجدي والمعمّق في شخصية المنحرف لمساعدته على إعادة النظر في سلوكه وفي تغيير مواقفه الخاطئة.

وعلاج الأمراض الاجتماعية يحتاج إلى فريق عمل يضم على الأقل: طبيب نفسي، ومرشد اجتماعي، ومرشد دراسي ومهني.

وتبرز أهم ملامح علاج سلوك المنحرفين فيما يلي :

١- استثارة تعاون المريض وإثارة رغبته في العلاج .

٢- محاولة تصحيح السلوك المنحرف وتعديل مفهوم الذات .

٣- إرشاد الوالدين وتوجيههما لتحمّل مسؤولية العمل على تجنيب الطفل التعرض للأزمات النفسية والاجتماعية .

٤- تغيير السلوك داخل المنزل و شغل أوقات الفراغ بالترفيه المناسب والرياضة .

٥- إنشاء المزيد من العيادات النفسية المتخصصة لعلاج الأمراض النفسية والاجتماعية .

إضافة إلى تضافر العلاج السلوكي، والعلاج الطبي، والعلاج النفسي للشخص المنحرف .

إن مجتمعاً تكثر فيه الأمراض الاجتماعية : العنف والجريمة، والإدمان، والانحرافات الجنسية واستغلال الطفولة . . . ، سيكون هو حتماً مريضاً وبحاجة إلى إعادة تنظيم من خلال تفعيل الرعاية الاجتماعية، وتأمين الاحتياجات الخاصة بالفرد وبالمجتمع، تأميناً لحالات الاكتفاء والإشباع .

باختصار، إننا مدعوون أفراداً وجماعات و مؤسسات

حكومية وخاصة إلى اقتسام المسؤوليات كلٌ من زاويته الخاصة وبقدراته المتاحة وإلى توزيع الأدوار، بحيث نضمن النجاح والتكامل.



الطفل والأزمات

تمتلك الدول الإسلامية ثروات طبيعية وحيوانية ومعدنية غنية جداً، إضافة إلى البترول.

ولكن الاستعمار الاقتصادي والاجتماعي جعلها بحاجة إلى ملايين الأطنان من الغذاء سنوياً.

في حين أن دراسات الخبراء تؤكد أن بلداً واحداً مثل السودان يستطيع أن يقدم الغذاء إلى قارة أفريقيا كلها.

وفي دراسة قامت بها منظمة اليونسيف أوائل الثمانينات حذرت بأن الخطر الاقتصادي سيؤدي إلى التضخم والركود ونقص التغذية، وأن هذه الآثار سوف تطال أطفال العالم.

وأشارت الدراسة إلى أن الأضعف بين أفراد المجتمع هم الذين يتحملون العبء الأكبر من الغائلة الاقتصادية.

بل إن أطفال العالم اليوم يعانون من نزيف مروع يزهق أرواحهم مرضاً وقتلاً وجوعاً، فالأمراض التي تصيبهم أصبحت أوبئة فتاكة لا دواء لها.

وللأسف فإن العالم المتحضر يقف وقفة المتفرج بل المستغل للبلاد التي تعاني من المجاعة ونقص الغذاء.

وهذا ما رفع نشاط عصابات خطف الأطفال والاتجار بهم وبأعضائهم.

وأصبحت هذه العصابات تعمل باسم شركات تجارية وجمعيات خيرية.

جاء في تقرير صدر عن البنك الدولي في منتصف التسعينات أن حجم الديون المترتبة على دول البلدان النامية بلغ ١٩٤٥ مليار دولار.

وذكر التقرير أن ٣٠٪ من السكان يعانون من سوء ونقص التغذية، و١٠٪ يعانون من مجاعة تحت خط الجوع و٤٠٪ يعانون من العيش تحت خطر الفقر، وفي المقابل فإن ٢٠٪ فقط يعانون من التخمة والغنى والرفاهية والترف.

وأشار التقرير إلى أن هناك ٧٧ مليون إنسان لا يحصلون على قوت كافٍ، و١٠٠ مليون مشرد بدون سكن، و١٤ مليون طفل يموتون سنوياً لعدم توافر الرعاية الصحية.

وبعد هذا كله، أقول:

مَنْ المسؤول؟!!

مَنْ المسؤول عما يحدث في الدول الإسلامية وفي غيرها من فقر وجوع ومآسٍ وحروب وفتن واقتتال وأمراض وجهل؟

ومَنْ الذي يضع الحواجز الحمائية التجارية أمام منتجات الدول الإسلامية؟

ومَنْ الذي يمتص خيرات الدول الإسلامية بدون ثمن، ليبقها مدينة ما بقي الدهر؟

ومَنْ الذي يمارس أسلوب ابتزاز وامتصاص أموال وثروات ودماء شعوب العالم الإسلامي بأساليب عديدة وحديثة ما ظهر منها وما بطن؟ ومَنْ الذي اشترى موارد الدول الإسلامية بثمن بخس وغزى أسواقها بأرباح فاحشة، واستغل طاقاتها البشرية والمادية، وشتت قوتها؟

أخيراً أقول: مَنْ المسؤول عن الجوع والفقر الشديد وانتشار الأمراض وهروب رؤوس الأموال والديون الباهظة وخروج ثروات البلاد وخيراتها إلى الخارج، وهجرة الأدمغة والطاقات وإحداث الحروب والاقتتال والصراعات والفتن بين الشعوب والدول؟

مَنْ المسؤول؟!!!!



الطفل وتلوث الغذاء

في كثير من الحالات لا يخضع إنتاج غذاء الأطفال إلى ضوابط ومعايير علمية خاصة في المصانع والمؤسسات الصغيرة.

علاوة على ذلك فإن الحضارة الحديثة تعمل على استبدال غذاء الأطفال الطبيعي بآخر صناعي مما يجعل طعام الأطفال والرضع عرضة لملوثات البيئة المختلفة.

إن غذاء الأطفال قد يتعرض إلى ملوثات البيئة خلال مراحل متعددة أثناء مراحل الإنتاج وعمليات التجهيز والتصنيع والإعداد للاستهلاك وظروف التخزين، إضافة إلى ما يضاف إلى أطعمة الأطفال من مواد كيميائية (ملونات، نكهات، مواد مكيفة) يقصد بها جذب الأطفال وإغرائهم بالاستهلاك.

ثم إن أغذية الأطفال معرضة لملوثات البيئة الأخرى كمبيدات الحشرات والمبيدات المستخدمة في الزّراعة وملوثات الهواء كما قد يشكل استخدام الماء غير الصحي في تحضير وتصنيع غذاء الأطفال مصدراً آخر لوصول ملوثات متعددة وخطيرة.

وربما يصل العديد من الملوثات من خلال السلاسل الغذائية وعبر ثدي الأمهات إلى أفواه الرضع، ومن خلال مواد تسبِّب العدوى أو مواد كيميائية ضارة.

ويمكن إجمال ملوثات أغذية الأطفال فيما يلي :

١ - مسببات العدوى .

٢ - المواد الملونة .

٣ - المواد المضافة .

٤ - مواد النكهة .

٥ - المواد الحافظة .

٦ - المواد المكيفة .

إن أطعمة الأطفال تتلوث بجرثومة الشيكلا عن طريق المياه الملوثة بفضلات إنسان مصاب أو عن طريق الاتصال مع الأشخاص الحاملين للمرض قد يكون أحد الأبوين . ويُسبِّب تلوث الأطعمة بهذه الجرثومة مرض الدسنتاريا .

كما يُسبِّب تلوث أطعمة الأطفال بمسببات العدوى البيولوجية في كثير من الحالات نزلات معوية مصحوبة بإسهال شديد ، قد يؤدي إلى سوء تغذية ويحد من قدرة الأمعاء على هضم وامتصاص الطعام .

كذلك تؤدي النزلات المعوية الناتجة عن تناول الأطفال لأغذية ملوثة بمسببات العدوى إلى خفض مقاومة الجسم للأمراض وإلى إحداث حلقة مفرغة دائمة في حياة الطفل ، تنتقل معه عند البلوغ تجعله أقل إنتاجاً .

وقد سجلت لجنة الخبراء المشتركة من منظمة الصحة العالمية ومنظمة الأغذية والزراعة حوالي مليار حالة إسهال حادة لدى الأطفال دون سن الخامسة كان معظمها عند أطفال رضع تمت تغذيتهم ببدائل لبن الأم.

وحسب هذا التقرير فإن هناك حوالي ٥٠٠ مليون إنسان معظمهم من الأطفال يعانون من سوء التغذية ويتعرض غذاؤهم للتلوث بالعوامل البيولوجية الممرضة.

بل يستخدم في الوقت الحاضر أكثر من ١٢٥٠ مادة تضاف إلى الأغذية المصنعة كمواد نكهة، وقد دلت البحوث أن لهذه المواد تأثيرات صحية سلبية.

والمواد المكيفة المضافة إلى أغذية الأطفال لإحداث تأثير معين، هي مواد خطيرة على صحة الأطفال.

فقد لوحظ أن كثيراً من الشركات المنتجة لأغذية الأطفال تضيف مواد تسبب نوعاً من الرغبة في معاودة الاستهلاك، وهذه المواد لها تأثيرات سلبية على الدماغ والكبد والعظام.

ختاماً أقول: ينبغي أن نقف سوياً في وجه الشركات الربحية والاستغلال الغذائي والتلوث الغذائي والدعاية الكاذبة والإعلان المضلل، من أجل جيل صحي سليم.



الطفل وتلوث الهواء

هناك العديد من الأسباب التي تجعلنا قلقين على الأطفال أكثر من غيرهم بسبب تعرضهم للهواء الملوث فالجهاز التنفسي عند الأطفال أكثر حساسية لملوثات الهواء مقارنة مع البالغين والأطفال أكثر نشاطاً، وبالتالي يحتاجون إلى استنشاق مزيد من الهواء، وهذا يعني دخول مزيد من الملوثات إلى جهازهم التنفسي.

ومن ثم، ارتبط تلوث الهواء بالعديد من أمراض الصدر والربو وسرطان الطفولة، وعليه فإن تعرض الأطفال لملوثات الهواء سيجعلهم مرضى عند بلوغهم.

وقد قدرت لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية بأن ملايين الأطفال يعيشون في كثير من الدول في مناطق هواؤها ملوث بشدة، مما يؤدي إلى آلاف حالات الوفاة سنوياً وأكثر منها حالات الأمراض المزمنة.

وقد أظهرت أبحاث أكثر من جمعية صحية بأن حوالي ٦٠٪ من الأطفال وثلث الأجنة في حالة خطر بسبب المستويات التي وصل لها تلوث الهواء.

وقد صنف خبراء منظمة الصحة العالمية ثلاثة مجموعات من أمراض الأطفال والتي تنتج بالأساس بسبب تلوث الهواء:

١ - أمراض الحساسية وبالذات مرض الربو.

٢ - التهابات الجهاز التنفسي والتهابات الأنف والحنجرة.

٣ - سرطانات الطفولة ومرض اللوكيميا.

وقد دلت الأبحاث والدراسات على أن الأجنة والنساء الحوامل أكثر الفئات تأثراً بتلوث الهواء بأول أكسيد الكربون.

كما دلت النتائج على أن تركيز البنزين في دم أطفال المدن أعلى منه من دم الأطفال الذين يعيشون في المناطق المكتظة بوسائل المواصلات.

وأوضحت بحوث أخرى أن ارتفاع نسبة أمراض سرطان الدم عند أطفال المدن أعلى منه عند أطفال الريف.

ودلت الدراسات على أن لأكاسيد النيتروجين تأثيرات ضارة على قدرة الإنسان خاصة الأطفال من حيث اضطراب حاسة الإحساس والشم والقدرة على التأقلم مع التغيرت الضوئية.

إن ارتفاع تركيز ثاني أكسيد الكبريت بالهواء يعمل على زيادة متاعب الجهاز التنفسي وزيادة حالات الربو والتهاب الشعب الهوائية.

فقد أظهرت إحدى الدراسات علاقة وثيقة بين تلوث الهواء بمركبات الكبريت ومخاطر إصابة الأطفال بنزلات الشعب الهوائية المزمنة، وأن أشد الأعراض تظهر في مراحل الطفولة المبكرة.

والأوزون أحد ملوثات الهواء، فقد دلت كثير من الدراسات الميدانية على أن هناك علاقة وثيقة بين تراجع عمل الرئتين وارتفاع تركيز الأوزون في الهواء.

والجسيمات التي يحملها الهواء في شكل دقائق صلبة أو سائلة تعتبر من الملوثات الهوائية الضارة.

لذا يؤكد تقرير وكالة حماية البيئة الأمريكية بأن عدد الوفيات سنوياً بسبب الجسيمات المنبعثة من وسائل النقل تقدر بحوالي ٦٠ ألف حالة.

بينما قدرت الاحصاءات البريطانية عدد الوفيات بسبب جسيمات السيارات بحوالي ١٠ آلاف حالة.

ومرض التحجر الرئوي يصيب الأطفال نتيجة لاستنشاق أتربة تحتوي على مادة السيلكا لفترة طويلة حيث تتراكم هذه المواد في الرئتين ويحملها الأطفال معهم للبلوغ وتُسبّب لهم في مرحلة لاحقة تلفيات في أنسجة الرئة، ينتج عنها سعال جاف وضيق بالتنفس.

إن أطفالنا يستحقوا منا كل اهتمام، ومن ثم فعلينا أن نحاول بجدية أن نبعدهم عن التلوث الهوائي بأشكاله ومصادره المختلفة.



الطفل وتلوث المياه

يقدر خبراء المنظمات البيئية العالمية بأنه يموت كل عام حوالي ١٤ مليون طفل تحت سن خمس سنوات بسبب عدم توفر مياه الشرب النقية وغياب وسائل الصرف الصحي، منهم أربعة ملايين دون الخامسة من العمر يموتون بسبب أمراض الإسهال التي يسببها الماء الملوث.

كما يسبب تلوث المياه إعاقة عدة ملايين من الأطفال، كما يؤدي تدفق مياه بالوعات المجاري إلى المناطق الزراعية والمسطحات المائية إلى انتشار البعوض والحشرات الأخرى التي تنقل الأمراض خاصة للأطفال.

يقول د. نوري الطيب: إن مرض الملاريا يصيب نصف أطفال القارة الأفريقية تحت سن الثالثة، وأن هذا المرض يحصد على مستوى العالم مليون طفل في العالم.

وتشير تقديرات برنامج الأمم المتحدة للبيئة بأن أكثر من ثلث سكان العالم لا يتوفر لهم الماء الصالح للشرب، وأن الماء الملوث هو أهم سبب للأمراض على مستوى العالم.

وكشف المؤتمر الدولي المعني بالمياه والبيئة الذي عقد في دبلن بأن ٨٠٪ من الأمراض و٣٣٪ من الوفيات يعود سببها إلى المياه الملوثة، وأن حوالي ثلث سكان الدول النامية يلجأون

إلى الآبار الضحلة والبرك الراكدة التي تكون عادة ملوثة للحصول على حاجاتهم من المياه .

إن أكثر من ١٢٣٢ مليون شخص لا تتوفر لهم المياه النظيفة الصحية .

بل إن الكثير من الدول المتقدمة صناعياً وتتوفر بها وسائل توفير مياه الشرب النقي والصرف الصحي السليم تعاني من مشاكل تلوث المياه على الصحة .

وقد دلت نتائج دراسة تمت في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية حول الأمراض المنقولة بالمياه، بأن مياه الشرب مسؤولة عن أربعة أمراض عند الأطفال هي : الدستاريا الأميبية، والتهاب الكبد الوبائي والتيفوئيد وشلل الأطفال .

يقول الأستاذ بشير جرار : ويمكن تصنيف الأمراض التي تصيب الأطفال بسبب تلوث المياه على النحو التالي :

١- أمراض منقولة بالماء، مثل : التيفوئيد والكوليرا وشلل الأطفال والدستاريا .

٢- أمراض تنتقل بواسطة طفيليات تعيش بالماء مثل البلهارسيا .

٣- أمراض تنتقل بواسطة الحشرات التي تتكاثر في الماء مثل الملاريا والحمى الصفراء ومرض العمى النهري الذي ينتقل بواسطة الذباب .

وتبعاً للمعلومات المجمّعة من المراجع العلمية، فإنه قد ازدادت نسبة الأطفال الذين يحملون الفيروسات المعوية المنتشرة عن طريق المياه.

فقد أوضحت إحدى الدراسات أن ٨٠ - ٩٠٪ من أطفال الدول النامية يُعتبرون حاملين للفيروسات المعوية.

وتأتي ضمن دائرة الخطر أهمية الوعي الصحي في الدول النامية حول خطورة التغوط على شواطئ الأنهار والترع وغسل الملابس المحتوية على غائط الأطفال في مياه المسطحات المائية حيث تُعدُّ هذه العوامل خطيرة لتلوث المياه بالفيروسات.

وقد سجل في العديد من دول العالم انتشار التهاب الكبد الوبائي بسبب تلوث مياه الشرب وكانت في كثير الأحيان بسبب استعمال مياه الأنهار والآبار الملوثة بالفضلات البشرية.

وتزداد خطورة التلوث المائي إذا علمنا أن حوالي ٢٦ ألف حالة مرضية سببها المياه الملوثة، وهذا الرقم يُعدُّ عينة من النسب الحقيقية.

ومن ثم، فلابد من توفير المياه الصالحة للشرب، النقية لأطفالنا، لحياة صحية سليمة خالية من الأمراض والملوثات.

❊ ❊ ❊



الفصل الثاني

اقتصاديات المرأة

المرأة والخير

إن للمرأة دوراً عظيماً ووظيفة جليلة في ممارسة العمل الخيري، بمختلف صوره وأشكاله، وذلك بما تمتاز به من قدرات وإمكانات وسمات شخصية ونفسية وعاطفية.

وأهم ما تتميّز به المرأة ويمكن استثماره في العمل الخيري هو قدرتها العاطفية وسرعة استجابتها، فقد أثبتت البحوث العلمية والملاحظات الفردية أن القدرة العاطفية هي السمة الأساسية التي تتسم بها المرأة.

ويمكن توظيف واستثمار هذه السمة في مجال العمل الخيري بين بنات جنسها، لأنها أقدر على التعامل مع الأيتام والأرامل، لقدرتها على التأثير والإقناع واستثارة عواطفهن وميلهن لحب الخير والعطاء للعمل في هذا المجال الحيوي.

يقول سليمان بن علي العلي في كتابه (تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية): لقد استطاعت المرأة المسلمة في عصر النبوة أن تستثمر وقت فراغها في المشاركة الفعالة في أعمال البر والخير.

فكانت زينب بنت جحش - رضي الله عنها - امرأة صناع اليد، وكانت أطول أمهات المؤمنين يداً إذ كانت تدبغ وتخرز وتتصدق في سبيل الله.

كما ساهمت الصحابيات في سقي الماء ومداواة الجرحى، وهذه من أعمال الخير.

وفي وقتنا الحاضر، وحيث توالت الأحداث والنكبات والحروب على مجتمعاتنا الإسلامية، وما خلفته من أيتام وأرامل وعجزة ومعوقين، كان لابد من بذل الجهود والأموال لإعالة ورعاية أولئك الأيتام والأرامل والعجزة والمعوقين.

فكان أن بادرت بعض المنظمات الخيرية بإنشاء لجان نسائية تقوم بالعمل الخيري في وسط النساء.

وقد تميزت مجالات عمل المرأة في العمل الخيري من حيث رعاية الأسر المحتاجة والفقيرة ورعاية الأرامل، ورعاية الأيتام، وجمع التبرعات وإقامة الأسواق الخيرية، والمشاركة في الأطباق الخيرية والأسابيع الإغاثية، والمهرجانات الأسرية، ومهرجانات الطفولة والأمومة.

ومع ذلك، فمازال دور المرأة المسلمة المعاصرة محدوداً، في حين أن المرأة في الدول الغربية تقوم بالعمل الإغاثي في الدول المنكوبة من خلال منظماتها الخيرية بشكل حماسي،

إن أكثر من ثلث القوى العاملة في المنظمات الخيرية الأمريكية من النساء، بل إن ٥٠٪ من المتطوعين من النساء كذلك. ولذا فقد أشارت بعض الإحصاءات في أمريكا إلى أن ٧٠٪ من العاملين في العمل الخيري من العاملين في العمل الخيري من النساء.

وتشير إحصاءات المنظمات والجمعيات الخيرية إلى أن قيمة التبرعات النسائية وصلت إلى حدود ٢٨ بليون دولار سنوياً، وأن نسبة العاملات في جمع التبرعات في المنظمات الخيرية ٥٢٪

ومما يلفت نظر المتأمل والمتابع لهذه الإحصاءات أهمية دور المرأة في العمل الخيري، خاصة إذا علمنا أن معظم العاملات في المنظمات الخيرية من ذوات الشهادات العليا والمناصب القيادية.

إن المنظمات الخيرية الغربية تستثمر الطاقات والقدرات النسائية بشكل فعال في العمل الخيري والتطوعي، وتقدم للعاملات من الرواتب العالية والإمكانات البشرية والمعنوية، ما يعينهن على الانطلاق قدماً في العمل الخيري.

ونحن في منظماتنا الخيرية الإسلامية أولى بتشجيع المرأة المسلمة على العمل الخيري وتوفير ما تحتاجه من دعم مادي

ومعنوي، وإطلاق قدراتها وطاقاتها الفكرية والاجتماعية والإبداعية لتشارك في بناء الصرح الخيري ودفع مسيرة العمل الخيري للأمام خطوات جادة مع توفير المناخ العفيف للمرأة المسلمة الملتزمة بدينها وتعاليمه.

إن العمل الخيري في بلادنا يحتاج إلى جهود وقدرات وطاقات كل فرد مسلم في كل أنحاء مجتمعنا الإسلامي..



المرأة والمعرفة

المعرفة أشبه بالنور فهي بلا وزن ولا ملمس ولكنها تستطيع الانتقال بسهولة في العالم فتستضيئ بها حياة الشعوب في كل مكان، ومع ذلك فمازال هناك مليارات من الناس الذين يعيشون في ظلمة الفقر.

هكذا ورد في ديباجة تقرير البنك الدولي للإنشاء والتعمير عن التنمية في العالم لعام ٩٨/ ١٩٩٩م.

إن المعرفة يستضاء بها في كل عملية اقتصادية فهي تبيِّن الأفضليات، وتوضِّح المبادلات، وتنقل المعلمات إلى الأسواق، والافتقار إلى المعرفة هو الذي يتسبب في انهيار الأسواق أو في عدم قيامها أصلا.

إن تأمل التنمية من منظور المعرفة يعزِّز بعضاً من الدروس المعروفة مثل أهمية نظام التجارة المفتوح والتعليم الأساسي الشامل، كما يركز الاهتمام على الاحتياجات التي أغفلت في بعض الأحيان، التدريب العلمي والتقني والبحث والتطوير، لتسهيل تدفق المعلومات إلى الأسواق.

كما أن تبني سياسات تزيد من كلا نوعي المعرفة، وهما الدراية الفنية، والمعرفة المتعلقة بالجودة، من شأنه أن يحسِّن

حياة الشعوب من جوانب متعددة، بالإضافة إلى تحقيق دخل أعلى.

فزيادة المعرفة بشؤون التغذية، قد تعني صحة أفضل حتى لمن ليس لديهم غير القليل لإنفاقه على الطعام.

والمعرفة بشأن كيفية الحيلولة دون انتقال مرض الإيدز من شأنها أن تنقذ الملايين من الأمراض الموهنة للصحة ومن الموت.

كما أن برامج الائتمان الصغيرة جداً من شأنها أن تتيح للفقراء فرصة الاستثمار في مستقبل أفضل لهم ولأولادهم.

وصفوة القول، أن المعرفة تهيئ للناس أن يسيطروا على مقاديرهم وأمورهم سيطرة أفضل.

وللأسف، فإن هناك فجوة واسعة في المعرفة بين البلدان النامية والبلدان الصناعية، بل إن هناك فجوات معرفية داخل البلدان.

وكثيراً ما تنطوي الاستراتيجيات الخاصة بسد هذه الفجوات على نفس العناصر، ومن شأن تطبيقها تطبيقاً فعالاً أن يقطع شوطاً بعيداً نحو الحد من التفاوت واستئصال الفقر.

إن العلاقة بين فجوة المعرفة ومشكلات المعلومات مثلاً، هي علاقة واضحة من تأريخ الثورة الخضراء، إذ اتضح مع

الوقت أن النوعيات المحسنة من النباتات كانت ضرورية ولكنها لم تكن كافية لتحسين حياة فقراء الريف .

وفي آخر المطاف ، أفلحت الثورة الخضراء في تعظيم دخل المزارعين الفقراء والذين لا يملكون أرضاً .

وقد أدى انفجار المعرفة الجديدة وتعاظم التقدم التقني والتزايد المتواصل في المنافسة إلى جعل التعلم مدى الحياة أهم مما كان في أي وقت مضى ، وعلى المجتمعات في سبيل تضييق فجوة المعرفة أن تكفل التعليم الأساسي للجميع .

حيث يعتبر التعليم بالنسبة للأفراد والبلدان مفتاح تكوين المعرفة وتطويعها ونشرها ، فالتعليم الأساسي يزيد من قدرة الناس على التعليم وتفسير المعلومات .

ولكن تلك هي البداية فحسب ، لأن هناك حاجة كذلك للتعليم العالي والتدريب الفني من أجل بناء قوة عمل قادرة على مسايرة التيار المتدفق في التقدم التقني ، ذلك التيار الذي يضغط دورات الإنتاج ، ويزيد من سرعة انخفاض قيمة رأس المال البشري .

فالتعليم الأساسي ، الذي يعني في معظم البلدان التعليم الابتدائي - المتوسط - الثانوي ، يحقق تطوير قدرة الشخص على التعليم وتفسير المعلومات وتطويع المعرفة مع الظروف

المحلية. ومن خلال تأثيراته على الإنتاجية الاقتصادية وعلى نواحي الحياة الأخرى مثل الصحة فإنه يساعد في تحديد رفاه الإنسان.

ثم، إن التعليم المدرسي يدعم الابتكار الزراعي، ويعزز قدرة المرء على إعادة تخصيص الموارد استجابة للتغير الاقتصادي، لمواجهة تقلبات الأسعار أو فترات صعود وهبوط دورات الأعمال.

كذلك شجع التعليم المدرسي على استخدام التقنيات الجديدة في المنزل لأغراض الصحة والتغذية والتعليم وتنظيم الحمل.

وعلى ذلك فإن التعليم الأساسي ضروري لتعزيز قدرة الناس على تسخير المعرفة، خاصة في البلدان الأكثر فقراً.

وهناك بعض الشواهد كذلك على أن التعليم العالي أمر مهم للنمو الاقتصادي.

فإنتاج معارف جديدة وكذا تطويعها لأوضاع بلد معين يرتبط بصفة عامة بمستوى عالٍ من التعليم والبحث.

ولتعزيز إمكانية أن تظل المناهج الدراسية والأبحاث العالمية متجدّدة ينبغي أن تعمد كثير من المدارس والجامعات إلى إقامة شراكات أوثق مع الصناعة، وبناء جسور مع الصناعة من خلال

المناهج الدراسية التي تضمن مكونات تعليمية قائمة على العمل.

كذا ينبغي على الأكاديميّين أن يدعموا البحث الذي يؤدي مباشرة إلى الإبتكار التقني، وأن يرحبوا بتقديم الاستشارات للقطاع الصناعي الخاص.

إن المعرفة عنصر حاسم في التنمية لأن كل ما نفعله يستند إلى المعرفة، فلكي نعيش، يتعين علينا أن نحول الموارد المتاحة لنا إلى أشياء نحتاج إليها وهو ما يتطلب معرفة.

وإذا أردنا أن نعيش في الغد أفضل مما نعيش اليوم، وإذا أردنا أن نرفع مستوى حياتنا كأُسر وبلد وأن نحسِّن صحتنا ونعلِّم أولادنا تعليماً أفضل ونحافظ على بيئتنا، فعلينا أن نقوم بما هو أكثر من مجرد إجراء تحويل المزيد من الموارد، لأن الموارد شحيحة.

وعلينا أن نستخدم هذه الموارد بالطرق الكفيلة بتوليد عوائد متزايدة بما نبذله من جهود ونقوم به من استثمارات، وهذا يتطلب معرفة تزيد نسبة أكبر من زيادة مواردنا.

إن السعي في سبيل الحصول على المعرفة يبدأ بالإقرار بأن المعرفة ليس من السهل شراؤها من على الرف وكأنها خضر

أو أجهزة حاسب، فقابلية المعرفة للتسويق تحدها خصيصتان تميزانها عن السلع الأكثر تقليدية.

أولاهما، أن استخدام شخص لهذا الجزء أو ذاك من المعرفة لا يحول دون استخدام الآخرين لنفس هذا الجزء، فهي كما يقول الاقتصاديون ليست تنافسية.

وثانيتهما أنه متى صار جزء من المعرفة ملكاً مشاعاً، تعذر على منشئي هذه المعرفة أن يحول دون استخدام الآخرين لها، فالمعرفة غير قابلة للاستئثار بها.

وهاتان الخصيصتان للمعرفة، وهما الخصيصتان الأساسيتان في السلع العامة، تهيئان للناس في كثير من الأحيان استخدام هذه السلع دون دفع مقابل لها، وهو ما يقلل من المكاسب التي يجنيها المبتكرون من استحداثهم للمعرفة وهي مكاسب ليست قليلة.

إن التنمة الناجحة إذن تنطوي على ما هو أكثر من الاستثمار في رأس المال المادي فهي تنطوي كذلك على الحصول على المعرفة واستخدامها من خلال:

١- الحصول على المعرفة العالمية واستنباط المعرفة محلياً.

٢- الاستثمار في رأس المال البشري لاستيعاب المعرفة.

٣- الاستثمار في التقنية لتسهيل الحصول على المعرفة.

ختاماً أقول إن السياسات الفعالة للحصول على المعرفة واستيعابها ونقلها هي مكونات يدعم بعضها بعضاً لاستراتيجية شاملة ترمي إلى سد فجوة المعرفة.

فهل آن أوان ذلك!!!...



المرأة والعمل

نشأة مفهوم عمل المرأة:

بدأت حركة خروج المرأة للعمل خارج البيت بصورة كبيرة في العالم الغربي بعد الثورة الصناعية والتي أدت لهجرة الرجال للمدن، فحلت المرأة محل الرجل في الأرياف.

ثم لما ظهرت النقابات العمالية، قام أصحاب الأعمال باستخدام المرأة لمواجهة هذه النقابات. وكان هذا الأمر كما يؤكد الباحثون والمؤرخون بتخطيط من عناصر يهودية، لتحطيم المجتمعات من خلال تحطيم الأسرة ومن ثم السيطرة عليها.

ومما زاد من تشغيل المرأة الحروب الكبيرة التي أدت إلى تجنيد الشباب، وكذا وسائل الإعلام التي روجت لعمل المرأة وعدّته حرية وخروجاً عن عهود الجمود الفكري والتخلف الاجتماعي التي ظلت فيها المرأة خادماً مطواعاً تدير شؤون المنزل ولا شأن لها، كذلك كان خروج المرأة للمتاجرة بها وتسخيرها للشهوات الدنيئة والدعارة والفساد.

يقول د. صالح العساف في كتابه (المرأة الخليجية في مجال التربية والتعليم) إن دخول المرأة لميدان العمل جاء نتيجة لخطط مدروسة من قبل الرأسمالية التي ولدت على يد اليهود وذلك لإنشاء مجتمع عالمي بلا دين ولا أخلاق،

وكانت وسيلتهم الكبرى للوصول إلى غايتهم الخبيثة: المرأة.

وقد قيل: إن مفهوم عمل المرأة والاهتمام به يرجع إلى بداية الثورة الصناعية في أوروبا وذلك عندما بدأ عمال المصانع يُضربون عن العمل نتيجة لارهاقهم بساعات عمل طويلة وذات أجر محدود.

فبسبب ذلك دخلت المرأة ميدان العمل لتغطي نقص الأيدي العاملة في المصانع، خوفاً من توقف العمل والخسارة المالية المترتبة على ذلك.

المرأة والعمل في الغرب:

إن المرأة في الغرب لم تنزل إلى ميدان العمل إلا بعد أن نكل الرجل عن سد حاجاتها، فصارت مرغمة على العمل.

يقول د. يوسف موسى - رحمه الله -: ولعل من الخير أن أذكر هنا أني حين إقامتي بفرنسا كانت تخدم الأسرة التي نزلت في بيتها فترة من الزمن فتاة يظهر عليها مخايل وعلائم كرم الأصل، فسألت ربة الأسرة لماذا تخدم هذه الفتاة؟ أليس لها قريب يجنبها هذا العمل؟ فكان جوابها: إنها من أسرة طيبة في البلدة ولها عم غني موفور الغنى، ولكنه لا يعني بها ولا يهتم فسألت: لماذا لاترفع الأمر للقضاء للحكم لها عليه

بالنفقة؟ فدهشت السيدة من هذا القول وعرفتني أن ذلك لا يجوز لها قانوناً.

وحينئذ أفهمتها حكم الإسلام في هذه الناحية، فقالت: مَنْ لنا بمثل هذا التشريع، لو أن هذا جائز قانوناً عندنا لما وجدت فتاة أو سيدة تخرج من بيتها للعمل في شركة أو مصنع.

إن الأب في الدول الغربية لا تكلفه الدول ولا الأعراف الإنفاق على ابنته إذا بلغت الثامنة عشر من عمرها، لذا فهو يجبرها على أن تجد عملاً إذا بلغت هذا السن، أو أن تدفع له أجرة الغرفة التي تسكنها.

ولقد نتج عن عمل المرأة في الغرب أن تفككت الأسر.

وهذا ما دعا علماء الغرب ومفكروه لرفع أصواتهم عالياً منذرين محذرين مجتمعاتهم من الهاوية نتيجة عمل المرأة خارج بيتها.

تقول أنا رود: لإن تشتغل بناتنا في البيوت خوادم أو كالخوادم خير وأخف بلاء من اشتغالهن في المعامل حيث تصبح البنت ملوثة بأدران تذهب برونق حياتها إلى الأبد، ألا ليت بلادنا كبلاد المسلمين، إنه عار على بلاد الإنجليز جعل بناتها مثلاً للرذائل، فما لنا لا نسعى وراء جعل البنت تعمل بما يوافق فطرتها الطبيعية.

ويقول الكسيس كاريل: لقد ارتكب المجتمع العصري غلطة جسيمة باستبداله تدريب الأسرة بالمدرسة استبدالاً تاماً.

ود. وين دينس يقول: إن ذكاء الطفل ينمو وقدرته على الكلام تقوى إذا نشأ بين أبويه ولم يترك للمربيات والشغالات والمدرسات.

وبرتراند رسل يؤكد: أن الأسرة انحلّت باستخدام المرأة في الأعمال العامة، وبيّن أن الاختبار الواقعي أظهر أن المرأة تتمرد على تقاليد الأخلاق المألوفة، وتأبى أن تظل وفية لزوجها إذا تحررت اقتصادياً.

سلبيات عمل المرأة:

لقد صاحب خروج المرأة للعمل تغيرت اجتماعية في نظم العائلة وعلاقة الأبناء بالوالدين.

وقد أثبتت بعض البحوث العلمية تعارض عمل المرأة مع طبيعة حياتها كأم وزوجة نتيجة لتأثر حالتها الانفعالية والجسمية واستعانتها بالآخرين لتربية أبنائها.

وتوجد دلائل علمية على أن طول فترة الرضاعة الطبيعية تؤدي إلى زيادة الميول الاجتماعية، لذا فالطفل يحتاج إلى

الأم الهادئة المتفرغة لعملية الإرضاع ليكتسب الراحة النفسية والنمو الطبيعي .

إضافة إلى ما سبق فهناك سلبيات أخرى جراء خروج المرأة من بيتها للعمل ، ومنها :

١ - أن غياب الأم فترات العمل الطويلة يقلل من فترة الرضاعة ، ويقلل من إدرار اللبن ، وقد تضطر بعض النساء إلى فطام الطفل في سن مبكرة ، لأن عملها لا يتيح لها فرصة تغذية نفسها التغذية الملائمة لفترة الرضاعة .

٢ - أن المرأة العاملة قد تحجم عن الإنجاب إلى سن متأخرة ، وقد تتناقص مرات الإنجاب .

٣ - أن خروج المرأة للعمل يضعف الروابط والألفة بين أفراد الأسرة وربما يؤدي إلى تفككها وانهيارها و قد ثبت ازدياد نسب الطلاق في المجتمعات التي يكثر فيها خروج المرأة للعمل .

عمل المرأة في الإسلام:

الإسلام دين يكرِّم المرأة ويحميها ويريدها مصونة عفيفة ، لأن في ذلك حماية للمجتمع بأسره ، فالمرأة مستقر الإنسان ومستودع سره وحاضنته ومرضعته ومربيته ، فإذا كانت صالحة قدمت للمستقبل جيلاً صالحاً .

والبيت هو مملكة المرأة ومنطلقها الحيوي والقرآن والسنة يأمران المرأة بالقرار في بيتها، فقد جعل الله عز وجل - لكل من الزوجين حقوقاً، وألزمه بواجبات ليكتمل بناء الأسرة والمجتمع، فالرجل يقوم بالكدح والعمل والاكتساب والنفقة، والمرأة تقوم بالرضاعة والحضانة وتربية الأولاد، وتركها واجبات المنزل ضياع للبيت بمَنْ فيه، وتفكك للأسرة حسياً ومعنوياً.

وفي عصر الرسالة والخلافة الراشدة اشتركت النساء مع الرجال في أمور عدة كاقتباس العلم، فكان من النساء راويات للأحاديث والآثار، وأديبات وشاعرات ومصنفات في العلوم والفنون.

وكانت نساء النبي صلى الله عليه وسلم ونساء أصحابه - رضوان الله عليهم - يخرجن في الغزوات مع الرجال، يسقين الماء، ويجهزن الطعام، ويضمدن الجراح، ويحرضن على القتال، مع الستر والعفاف.

إن هناك أعمالاً ضرورية وملحة لابد أن تقوم بها المرأة، كالتعليم فلو منعنا المرأة من تعليم بنات جنسها فمن ستعلمهن؟ هل نتركهن جاهلات أم هل نجعل الرجال يعلمونهن، وفي هذا خطر.

وكذلك التطبيب والتمريض، فتدريس المرأة لبنات جنسها أقل خطراً من ترك الرجال يعلمونهن.

وأيضاً تقديم الخدمات الاجتماعية والخيرية للنساء أعمال ينبغي أن تقوم بها المرأة لتحقيق الاكتفاء ذاتياً ويصبح لدينا قوة نسائية كبيرة متخصصة.

إن مفهوم عمل المرأة في الإسلام أشمل وأعمق مما ينادي به دعاة تحريرها من قصره على العمل المأجور فقط فالأمومة عمل، وتربية الأولاد عمل وأعمال البيت عمل، والمحافظة على قيم المجتمع عمل.

عمل المرأة في البلاد الإسلامية:

إن خروج المرأة في البلاد الإسلامية كان تبعية وتقليداً وإعجاباً بما صوره لها المنخدعون بحرية المرأة الغربية المزعومة واستغلالها الاقتصادي الزائف.

فتأثر نساء المسلمين بنساء الغرب وزاد الخروج للعمل، وزاد بالتالي السفور والاختلاط المؤديان للفساد والشر بالمجتمع.

إن الإسلام يريد للمرأة أن تكون حليف زوجها تؤيده وتنشطه وترغبه في واجباته وأعماله، وأن تكون ربة بيت

ومربية أجيال وأنس زوج، وأن تكون متعلمة مثقفة، وأن تكون قوية في دينها صادقة في حياتها، صابرة راضية.

لقد كان من نساء المسلمين في الأجيال الفاضلة عالمات ومعلمات وعاملات، لهن فضلهن وقدرهن.

قال عروة بن الزبير - رضي الله عنه - ما رأيت أحداً أعلم بفقه ولا بطب ولا بشعر من عائشة - رضي الله عنها -.

وكان الصحابة يعرفون لأمهات المؤمنين حقهن ويعملون بنصحهن، ويسألونهن عما جهلوه من أمور دينهم.

وكان من النساء عاملات حتى في عصر الرسول صلى الله عليه وسلم فقد ضارب رسول الله بمال خديجة - رضي الله عنها - وثبت أن امرأة من الأنصار جاءت إلى رسول الله وهو جالس عند المروة فقالت يا رسول الله : إني امرأة أبيع وأشتري فربما أردت أن أبيع سلعة فتسام بأكثر، فقال صلى الله عليه وسلم: «**لا تفعلي، إذا أردت أن تشتري السلعة فاستامي بها الذي تريدين أن تأخذي به أعطيت أو منعت**».

إن المرأة في الإسلام راعية في مال زوجها، ومسؤولة عن رعيتها.

وقد كان نساء الصحابة - رضي الله عنهم - يقمن بأعمال شاقة في البيوت، كما ثبت عن فاطمة -رضي الله عنها - وعن

أسماء -رضي الله عنها- فكن يطبخن ويغسلن ويعجن ويطحن ويخبزن ويعلفن الخيول .

أسباب العمل وتنمية المجالات البيتية:

المرأة هي هي في الماضي والحاضر وفي كل زمان ومكان ، فقد توجد الرغبة عند بعضهن بالكسب المادي من أجل الشعور باستقلال الشخصية أو الشعور بمتعة العمل ولذته .

وقد تميل المرأة إلى العمل تحسباً لتقلبات الدهر ونوائبه ، كحالات الترمل أو الطلاق ، أو قد يرى الزوجان الضرورة في رفع مستوى الأسرة المادي .

ففي الماضي ، كانت هذه الرغبات مشبعة بمهنٍ تمارسها المرأة في بيتها .

بَيْدَ أن التطور الحديث غيّر بعض الأمور ، وأصبحت بعض المهن الوظيفية تمارس خارج البيت .

لذا ، فمن الأفضل أن يسعى المجتمع إلى تنمية المجالات التي تستطيع فيها المرأة أن تمارس العمل التكسبي أو خدمة مجتمعها وهي في بيتها .

متى وكيف تعمل المرأة؟ :

يجيب د. صالح العساف في كتابه : (المرأة الخليجية)

على هذا السؤال بقوله : تعمل المرأة عندما تكون هناك حاجة اجتماعية ملحة تتطلب أن تعمل المرأة عملاً مأجوراً يتفق مع تكوينها وأنوثتها ولا يتصادم مع قيم الإسلام .

أمّا كيف؟ :

فيقول : تعمل المرأة وفقاً للشروط والضمانات التالية :

١ - ألا ينافي عملها المأجور تكوينها الأنثوي .

٢- ألا يؤدي عملها المأجور إلى اختلاطها بالرجال .

٣- ألا يعيقها عملها المأجور عن دورها الأسري .

٤ - ألا يكن عملها المأجور مدعاة لتبرجها .

ومن ثم ، فإذا أخذت هذه الضمانات في الاعتبار ، وكانت هناك حاجة اجتماعية ملحة يمكن للمرأة أن تعمل عملاً مأجوراً في عدد من المجالات ، وذلك مثل : الطب ، التمريض ، التدريس ، الخدمة الاجتماعية ، الأعمال التجارية الخاصة بالنساء كالحياكة والنسيج والخياطة .

مدى فعالية عمل المرأة في تنمية الاقتصاد الوطني :

ينطلق مفهوم عمل المرأة في هذا الجانب من النظر إلى المرأة باعتبارها مورداً بشرياً مهماً ينبغي الاستفادة منه ، في زيادة القدرة الإنتاجية للدولة .

وذلك عندما تحل المرأة الوطنية محل الأيدي العاملة الأجنبية، فتصبح منتجة لا مستهلكة فقط، والاستفادة من المرأة في تنمية الاقتصاد الوطني أمر مرغوب فيه ومتفق عليه.

ولكن: هل عمل المرأة المأجور هو ما يجب قياسه؟ بالطبع لا، فينبغي قياس عمل المرأة المأجور، وغير المأجور المتمثل في الأمومة وتربية الأولاد وأعمال البيت.

سبل تحقيق زيادة مشاركة المرأة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية:

لتحقيق المهمات الأساسية للمرأة ولتحقيق زيادة مشاركة المرأة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ينبغي أن يتم ذلك عن طريق:

١- العمل على استيعاب كافة الفتيات في التعليم سواء في الريف أو الحضر.

٢- إضافة مقررات دراسية خاصة بالفتيات لتعليمهن بعض الصناعات المنزلية.

٣- تعليم الفتيات كيف يربين أطفالهن ويعلمنهم الكلام والمشي والنظافة والعناية الصحية.

٤- تعليم الفتيات أن يحتفظن بكرامتهن وألا يخدعهن بالأهواء والدعايات، وألا يتبعن الصراعات والأزياء الأجنبية، حتى لا يتبدد الدخل الوطني فيما لا طائل منه.

٥- التركيز على دور المرأة كربة أسرة ومربية أجيال وعنصر مهم من عناصر تقدم الوطن وتنميته إذا أحسنت المرأة القيام بمسؤوليتها وواجباتها بكل جد والتزام.

وبهذا تشارك المرأة مشاركة فعالة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية لسعادة نفسها وأسرتها ومجتمعها..

أفكار اقتصادية حول عمل المرأة:

في الإسلام لا تكلّف المرأة طبخاً ولا غسلاً على سبيل الوجوب، وهذا يؤكد جعل عمل المرأة في البيت إنتاجاً اقتصادياً، وفي هذا تميّز على موقف الغرب من عمل المرأة في البيت.

فقد لوحظ في عدة دول ازدياد فرص العمل المتاحة للنساء على مختلف المستويات من حيث الكفاءة والمسؤولية ففي معظم الدول الصناعية والبلدان النامية أخذ اندماج النساء في العمل يتقدم ويزداد حتى أصبح يوجد في العالم نحو ٣٠٪ من النساء يعملن في النشاط الاقتصادي، وحوالي ثلث عدد العمال يتألف من النساء، خاصة في الدول الصناعية.

ولذا نادى بعضهم بأنه ما دامت المرأة في البلدان المتقدمة تعمل بالرغم من ارتفاع دخل زوجها، فإنها في الدول النامية أحوج إلى العلم لانخفاض دخل الزوج وكثرة الأطفال،

وعملها يساعد على الإسراع بمعدل النمو الاقتصادي والاجتماعي للمجتمع.

كما يقولون إن المرأة نصف المجتمع، ونصف قوة العمل فيه، فتعطيلها إهدار للموارد، وكرامة المرأة في عملها.

والحقيقة، أن عمل المرأة في الدول الغربية له أسبابه التاريخية وأسبابه المتعلقة بالتركيبة الاجتماعية والمبادئ الأخلاقية والمثل القيمية التي تحكمه.

ثم إن كبر حجم الأسرة وزيادة عدد الأطفال يفرض أن يؤدي ذلك إلى بقاء المرأة في بيتها لزيادة الأعباء الملقاة على كاهلها.

كما أن عدم إدخال عمل المرأة في بيتها ضمن بنود الناتج الوطني يُعَدُّ تضليلاً في معايير قياس النشاط الاقتصادي، لأن عمل المرأة في بيتها هو إنتاج فينبغي احتسابه في الناتج الوطني بتقدير أجر المثل.

وعند النظر إلى العائد المادي المتمثل في دخل المرأة ينبغي أن نأخذ في الحسبان تكلفة الفرصة البديلة والمضاعة والمتمثلة في أجور الخدم والسائقين ومصاريف المربيات ودور الحضانة، والطعام المجهز خارج المنزل، مما يعني أن الصافي الناتج لا يقابل سلبيات خروج المرأة للعمل.

ويرجع بعضهم الزيادة في تشغيل النساء إلى ارتفاع

تكاليف الحياة، و الرغبة في رفع مستوى المعيشة وظهور الآلات المنزلية الحديثة التي سهلت عمل البيت إضافة إلى ارتفاع مستويات التعليم وظهور الخدمات التي تساعد على خروج المرأة كدور الحضانة والمطاعم والنقل. الواقع أنه إلى اليوم عجزت المنظمات حتى الدولية عن تحقيق المساواة العملية في الأجور بين الرجل والمرأة، فرجال الأعمال والمؤسسات يرون تلك المساواة بمنطق الإنتاج الاقتصادي.

فالمرأة أقل عملاً وإنتاجاً من الرجال وأقل ابتكاراً وطموحاً، كما أن لها أعباء العادة الشهرية والحمل والتفكير في الأولاد، وفي الأنوثة ومطالبها ما يشغلها عن موازاة الرجل في عمله، ويعوقها عن التقدم في العمل، هذا جعل أجر المرأة يعادل نصف أجر الرجل في معظم البلدان.

ثم إن المرأة مطبوعة على حُبِّ الزِّينة والحُلي فإذا خرجت من بيتها لتعمل فإنها ستنفق كثيراً من المال الذي تأخذه على ثيابها وزينتها وتصفيف شعرها، خصوصاً أن دولاً كثيرة تشكوا من الملايين التي تذهب في تفاهات الزينة، وهي أمور لا ترقى بمجتمع ولا تتقدم باقتصاد.

وقد أثبتت بعض الدّراسات أن الإنتاج ينخفض بوجود المرأة في المكتب.

ومع ذلك فإن هناك أعمالاً منزلية ذات جدوى عالية وتناسب طبيعة المرأة كالغزل والخياطة والنسيج والاقتصاد المنزلي، فقد عرفت هذه الأعمال منذ القدم تقول عائشة - رضي الله عنها - : (المغزل في يد المرأة كالسيف في يد المجاهد) وكانت أم سفيان الثوري تقول له: يا بني اطلب العلم وأنا أكفيك بمغزلي.

إن هذه الخبرات يمكن توارثها بما يكسب الأجيال خبرة متنامية ويحقق لهم مزية انتاجية كما نلاحظ في بعض المجتمعات كصناعة السجاد في إيران وكشمير والتي تتم يدوياً وفي المنازل.

وغالباً ما تكون هذه الصناعات متقنة ومرتفعة الثمن والطلب عليها كبير.

أما بالنسبة لنسب المواليد فإنه عادة ما تكون في الأسرة التي تعمل فيها المرأة أقل من تلك التي لا تعمل فيها المرأة، وهذا غير مناسب تربوياً، وكما أن بعض المجتمعات تحتاج إلى زيادة سكانية، بل إن بعض الدول تشجع على زيادة النسل من خلال إعانات عن كل طفل في الأسرة.

ومن ثم فمن المفروض أن يغيّر هيكل التعليم النسائي من حيث عدد السنوات ومن حيث التخصصات وكذا تعديل الهيكل

الوظيفي النسوي بإيجاد أعمال ذات ساعات عمل أقل، وكذا إيجاد فرصة للدخول والخروج، في شكل توظيف جزئي أو وقتي.

في اليابان - مثلاً - فإن المرأة اليابانية تؤدي دورها الأمومي في رعاية الأطفال بصورة تفوق كثيراً المرأة الأمريكية.

لذا فإن اليابانية لا تندرج في السلم الوظيفي الذي يؤدي إلى الحصول على وظيفة مدى الحياة بل تترك عملها بعد الزواج.

ختاماً أقول: إن للمرأة في بيتها ما يشغلها ويملأ عليها فراغها، ويقيها السأم، وليس هذا قاصراً على العمل خارج المنزل.



المرأة والإنتاج

في الوقت الذي أعلن فيه القرن العشرون نهايته وآذن بألفية جديدة تشير التقديرات العالمية إلى أن هناك حوالي ثلاثة بلايين إنسان أو أكثر من نصف سكان العالم، يعيشون ضمن اقتصاديات الحد الأدنى (الكفاف) في العالم الثالث، ومعظم هؤلاء يجدون أنفسهم يبن حجري رحى التردي البيئي.

وللأسف، فالنساء يقمن بأداء نصيب الأسد من العمل في اقتصاديات الحد الأدنى، يشقين ساعات أطول ويسهمن بدرجة أكبر في دخل الأسرة مما يفعل الرجل.

ومع ذلك، ففي عالم تحسب فيه القيمة الاقتصادية عن طريق ترجمتها إلى مبالغ نقدية من إنسان إلى إنسان آخر.

والنساء لا يعتبرن (منتجات) من قبل العاملين في الإحصاءات الحكومية والاقتصاديين وخبراء التنمية بل وحتى من قبل أزواجهم.

ولذلك فإن نسبة كبيرة من إنتاجية العالم الحقيقية تظل تقدر بما هو دون قيمتها الفعلية، وتظل الاسهامات الأساسية التي تقدمها النساء لرعاية أسرهن ومجتمعاتهن لا تحظى بما تستحقه من اعتراف.

إن تجاهل القيمة الكلية لإسهامات النساء الاقتصادية من

شأنه أن يشل الجهود الرامية لتحقيق أهداف التنمية الشاملة، وغياب الاستثمار في جهودهن من شأنه أن يقلل من إنتاجيتهن.

لذا تدل المؤشرات من إنتاج الطعام إلى السيطرة على الدخل على أن أوضاع النساء في اقتصاديات الكفاف تعاني من عدم الاستقرار بصورة مستمرة.

ومع تضاؤل فرص وصول النساء إلى المورد في تلك الاقتصاديات، فإن المسؤوليات الملقاة على عاتقهن وزيادة الضغوط على أوقاتهن وطاقاتهن الجسدية الضعيفة نسبياً - تزداد.

ومن غير المحتمل أن يدركن أهمية إنجاب أطفال أقل عدداً، حتى وإن كانت الكثافة السكانية في الأراضي القليلة المتبقية للأسر التي تعيش على الكفاف آخذة في الزيادة السريعة.

ومثل هذه الاتجاهات تمتد من المناطق الريفية حتى أعماق مناطق المدن، فالتردي البيئي والفقر الشديد يدفعان بالملايين من الناس إلى داخل الأحياء القذرة وسكنى الأكواخ في مدن العالم الثالث.

وفي اقتصاديات الكفاف داخل المدن هذه، تقوم النساء بالمحافظة على أعبائهن الثقيلة المتمثلة في العمل ومسؤولية إنتاج السلع اللازمة للعيش عند حد الكفاف.

كما يجري التمييز ضدّ نساء المدن في الوصول إلى الموارد اللاتي يحتجنها لإعالة أسرهن .

تقول ديانا سميث من شبكة وقاية النساء : عندما ترفض سلطات المدن تقديم خدمات إمدادات المياه والنظافة وجميع النفايات لمناطق ذوي الدخل المحدود فإن النساء هن اللاواتي يقمن بسد النقص في مثل هذه الخدمات ، واللواتي يتوجب عليهن إيجاد السبل لإيجاد المياه ونقلها وكذلك الوقود والمحافظة على بيوتهن نظيفة بدرجة معقولة .

إن ازدياد قيود الوقت المفروضة على النساء نتيجة قيامهن بالعمل ساعات أطول والاقتصاد في الإنفاق حتى لا يزيد عن دخلهن من شأنه أن يحط من مكانة المرأة ويُبقي على معدلات الولادة العالية في آن واحد .

وعندما لا تستطيع النساء زيادة أعباء العمل الملقى على كاهلهن بأكثر مما وصل إليه ، فإنهن يتجهن إلى المزيد من الاعتماد على جهود أطفالهن وبخاصة البنات من بينهم .

وفي الحقيقة فإن الاتجاه المتزايد في الكثير من المناطق والمتمثل في الإبقاء على البنات خارج المدرسة ليساعدن أمهاتهن في عملهن سيؤدي إلى أن جيلاً آخر من الإناث

سيكبرن وليس أمامهن سوى احتمالات الفقر الأشد مما ستكون عليه حالة إخوانهن.

تقول فليب آسيو الخبيرة في صندوق المرأة التابع للأمم المتحدة، : (إن المزيد من الفتيات يخرجن من كل من المدرسة الابتدائية والثانوية، أو لا يدخلن المدرسة على الإطلاق نتيجة للفقر المتزايد.

فإذا كانت النساء في اقتصاديات الكفاف هن المورد الأساسي للطعام والوقود والماء لأسرهن، فإن فرص حصولهن على الموارد الإنتاجية آخذة في التناقص، مما يعني أن المزيد من الناس سيعانون من الجوع وسوء التغذية والمرض وفقد القدرة على الإنتاج.

وإذا كانت النساء قد تعلمن طرق الزراعة التي يمكن الاستمرار في استخدامها دون الإضرار بالبيئة، واكتسبن خبرات واسعة حول التنوع الجيني، مثل غيرهن من ملايين الناس، فإن هذا يعني أن الجهد الذي يقمن به سيذهب أدراج الرياح، لأنهن يحرمن من المشاركة في التنمية.

إن استراتيجيات التنمية التي تحد من قدرة النساء على القيام بما يستطعن عمله تحد بالتالي من قدرة المجتمعات والشعوب على القيام بما يمكنها القيام به.

إن تحسين مكانة المرأة سيتطلب إعادة توجيه جهود التنمية بعيداً عن التأكيد المفرط، الذي يمارس حالياً، على الحد من إنتاجية النساء.

وعوضاً عن ذلك، ينبغي أن تنصب الجهود على إيجاد بيئة تستطيع المرأة والرجل فيها تحقيق النجاح الاقتصادي، وهذا يعني إيجاد برامج تنموية رئيسية تسعى لتوسعة سيطرة المرأة على موارد الدخل والأسرة وتحسين إنتاجيتها وتوطيد دعائم حقوقها الاجتماعية وزيادة الخيارات الاقتصادية والاجتماعيّة التي يمكن لها أن تختار من بينها.

وأول خطوة نحو تحقيق هذه الأهداف هي التوجه للنساء أنفسهن والسؤال عن الحاجات التي يرغبن في إعطائها الأولوية، والحقيقة هي أن بعض الإجابات المتعلقة بـ (ما الذي تريده النساء؟) قد تم الحصول عليها في ندوة عن الصحة العالمية عقدت في التسعينات من القرن الماضي.

وكان من بين حاجات النساء الأساسية والتي تم تحديدها من قبل المشاركات: الاستثمار في التنمية ونشر التقنيات المناسبة للحد من أعباء العمل الملقى على عاتق النساء وإتاحة فرص الحصول على القروض وبرامج التدريب، وإتاحة الفرصة للحصول على معلومات عن الهيئات النسائية.

والخطوة الثانية هي العمل لزيادة إنتاجية العاملين في إنتاج الكفاف، وزيادة فرص حصول النساء على الأرض والقروض والأدوات والتقنيات اللازمة.

تقول جودي جاكبسون في كتاب(أوضاع العالم ١٩٩٣م) توحي الدلائل أن النساء هن المسؤولات عن إنتاج نصيب من السلع، وربما مساوٍ لنصيب الرجل أو قد يفوقه، فإنهن يحرمن غالباً من الاعتراف بفضل عملهن إما لأنه عمل لا ينجم عنه دخل نقدي، أو لأن دخل النساء أقل أهمية من دخل الرجال، ومثل هذه الافتراضات بحاجة إلى تغيير.

والمشكلة أن كثيراً من مجالات الاقتصاد التي تلعب فيها المرأة دوراً مهماً، لا توجد معلومات كافية كي تسترشد بها حقيقة السياسات العامة.

إن صالح الأسرة لا يمكن تحسينه مالم تزدد فرص حصول النساء على الموارد وسيطرتهن عليها لتحسين التغذية لهن وتغيير عدد من عوامل الحياة المهينة مثل العنف ضدهن.

ومن شأن السياسات الهادفة إلى تحسين فرص حصول النساء على المعلومات والموارد والتدريب، وكذا القروض أن تحسِّن فرص حصولهن على العمل، وتمكِّن المستثمرات منهن من إقامة أعمالهن وكسب الدخل وإيجاد فرص عمل.

ختاماً أقول : إن التغيرات المطلوب لها أن تجعل النساء شريكات متساويات في التنمية هي نفسها المطلوبة للإبقاء على الحياة ذاتها ، فليس هناك ما هو أكثر أهمية للتنمية الإنسانية من إصلاح السياسات التي تقوم على كبت الطاقات الإنتاجية لدى نصف سكان المعمورة .



المرأة والتنمية

تريد المرأة أن تصبح في صحة جيدة، وتريد خدمات صحية متميزة، وتريد وسائل مناسبة لتنظيم نسلها فالمرأة العاملة التي توزع وقتها بين أمور متعددة تواجه عادة عقبات كثيرة في الحصول على خدمات صحية ملائمة.

وتريد المرأة أيضاً الحصول على خدمات أخرى تلبي احتياجاتها المختلفة في مجال الصحة الإنجابية، فعندما تواجه المرأة مشكلة الوقت والتكلفة الخاصة بطلب الرعاية الصحية فإنها تعطي الأولوية للرعاية الصحية لأبنائها وتفضلهم على نفسها.

إن الاستثمار في تنمية المرأة يستلزم توسيع قاعدة الاختيار بالنسبة للمرأة والحد من اعتمادها على الإنجاب لتثبيت وضعها ومكانتها، وتنظيم الأسرة هو أهم مجال للاستثمار ويشمل الاستثمار في تنمية المرأة إلى جانب تنظيم الأسرة الاستثمار الاجتماعي أي الاستثمار في الخدمات مثل الصحة والتعليم، ومثل هذه الخدمات تساعد المرأة على النهوض بمستوى ما تقوم به بالفعل ويفتح أمامها مجالات جديدة.

بَيْدَ أن الاستثمار في رعاية المرأة لابد وأن يتعدى مجرد تقديم هذه الخدمات بحيث يزيل العقبات التي تمنعها من العمل بكامل طاقتها.

ويعني هذا تمكين المرأة من الحصول على الأرض وعلى القروض وعلى العمل المجزي بالإضافة إلى تدعيم حقوقها الشخصية والسياسية بشكل فعال .

تقول نفيس صادق في كتاب (ما وراء الأرقام) : يتطلب إعطاء الأولوية للاستثمار في رعاية المرأة تغيراً جذرياً في النظرة للتنمية ليست فقط من جانب البلدان النامية، وإنما أيضاً من جانب المؤسسات المالية .

فإذا نظرنا إلى المدى البعيد، نجد أن الاستثمار في تنمية المرأة له قيمته الاقتصادية التي لا يمكن أن تقدّر إذ سيكون العائد هو المدخل الصحيح للتنمية بحيث تستخدم موارد العالم المحدودة الاستخدام الأمثل .

ومن ثم، تقل سرعة نمو القوى العاملة وتصبح أكثر توازناً، ويتحقق الأمان للأسرة، والمهم تحقيق فرص أكبر للنهوض بالصحة وبالتعليم والتغذية والتنمية الشخصية، وهذا بالنسبة للجميع وليس بالنسبة للمرأة وحدها .

على أن الاستثمار في رعاية المرأة ليس وحده دواء لكل داء، فلن يضع حداً للفقر، ولن يعالج التفاوت الكبير بين البلدان، ولن يحد من معدل النمو السكاني أو ينقذ البيئة من التلوث والاستنزاف .

تقول أدريان جرمان : إن التضخم السكاني هو مشكلة إنسانية في المقام الأول ، ومن ثم فلابد أن تكون المعالجات إنسانية لتستجيب لسلوك البشر المركب .

وفي السياق نفسه تقول جين أوردواي : لأسباب إنسانية ينبغي على المختصين معالجة النمو السكاني بالتأكيد على رفاهية الفرد واختيارات الإنجاب وجودة الرعاية وصحة المرأة الإنجابية وسلامة الأطفال .

فللأسف ، فإن ٣\٥ (ثلاثة أخماس) سكان العالم ينتجون لقمة عيشهم بأنفسهم ، وفي البلاد النامية تبلغ نسبة الذين لا يحصلون على أجور أو معاشات ٨٠٪ وفي الواقع قدرت منظمة العمل الدولية أن ٢٥٪ من الرجال و ٦٪ من النساء فقط من بين المتقاعدين سيحصلون على معاش بحلول عام ٢٠٠٥م .

وفي البلاد الصناعية يتوفر الأمن الاقتصادي عادة من دخل الفرد من العمل والمدخرات والمعاشات ، لذا لا ينتظر من الأبناء إعالة أبويهم .

إن تعليق الآمال الكبار على البنين جعل بعض الآباء من محدودي الدخل ينفقون على البنين أكثر من البنات والمشكلة أن هذه التفرقة تبدأ من مرحلة مبكرة من العمر .

ومن جانب آخر فإن التعطش للأرض وقلة الوقود والتلوث

والهجرة كلها أمور تزيد من عمق إحساس المرأة بعدم الثقة في المستقبل، وقد بدأ بالفعل إجبار عدد كبير على أعمال يعلمن جيداً أنها تزيد من تهديد أمنهم واستقرارهم وصحتهم.

وليس هناك ما يدعو لذكر أن الأسرة التي تعولها المرأة هي أفقر الأسر في العالم، إلا من باب التأكيد.

لقد أصبح هناك اتجاهٌ في العالم المعاصر للتمييز بين العمل الإنتاجي والعمل الإنجابي أي بين النشاط الاقتصادي والنشاط المنزلي.

بَيْدَ أن ذلك يصبح لا معنى له إذا طبق على حياة المرأة في كثير من أنحاء العالم النامي، فالعمل الإنتاجي للمرأة لابد وأن يناسب عملها الإنجابي، وهذا هو أحد أسباب فشل المرأة في المشاركة في الاقتصاد الرسمي، حيث يوجد الآن عدد من النساء بين القوى العاملة أكثر من أي وقت مضى، ووفقاً لإحصاءات منظمة العمل الدولية كانت المرأة تشغل ٦٧٦ مليون وظيفة عام ١٩٨٥م، ومن المنتظر أن يرتفع هذا الرقم إلى ما يقدر بنحو ٨٧٧ مليون وظيفة عام ٢٠٠٥م.

وسيبقى نصيبهن من مجموع القوى العاملة نسبياً بلا تغيير خلال هذه الفترة وهو حوالي ٣٥٪ وسيستمر تحكم الرجال في سوق العمل أثناء القرن المقبل.

إن المرأة لا تستطيع أن تعمل نفس عدد الساعات التي يعملها الرجل، إذ أن عملها داخل البيت وحوله يُشكِّل ضغطاً منافساً لوقت عملها.

وقد تكون المرأة غير قادرة على العمل لعدد الساعات التي يطلبها صاحب العمل، سواء في شكل ورديات أو وقت إضافي، وربما تعمل بعض الوقت مقابل أجر زهيد.

والغالب أن المرأة تقوم بأعمال محدودة، حيث يتركز عمل المرأة بشكل كبير في أعمال السكرتارية والأعمال الكتابية والتمريض والتدريس وأعمال النسيج.

والواقع أنه يغلب عمل المرأة في القطاع غير الرسمي في كثير من البلدان. وقد تكون ميزة هذا العمل كونه يتيح للمرأة أن تجمع بين تنمية دخلها ومهمتها في الإنجاب ورعاية الطفل والعمل المنزلي.

بَيْدَ أن هذا العمل لا يضيف شيئاً إزاء عدم تعليمها أو عدم حصولها على القروض اللازمة. لذا نجد أنه لا يتاح للمرأة سوى فرص ضئيلة في التوسع والقيام بمشروعات أكثر ربحية.

وللأسف لا يؤخذ عادة دخل المرأة من هذه الأنشطة في الاعتبار عند تجميع الإحصاءات الوطنية للأنشطة الاقتصادية، ونشاط المرأة في مثل هذا المجال مثله مثل الأعمال المنزلية

والزراعية لتوفير غذاء الأسرة لا يظهر بل يختفي تماماً، ولا ينظر لإسهامها في الثروة الوطنية أو في رفاهيتها، ولا يظهر في خطط التنمية.

إن محاولة وضع خطط التنمية بدون الاعتراف بمن يقوم بثلاثة أرباع (٣\٤) العمل وبدون إشراكه يعتبر بمثابة استدعاء للفشل.

والخطوة الأولى اللازمة هي تقدير كمية العمل الذي تقوم به المرأة في البيت وفي الحقل وفي السوق والاعتراف بقيمته.

وحتى تلك الأعمال غير الإنتاجية مثل رعاية الطفل أو الطهي، لها قيمتها الاقتصادية إذا ما أدخلنا صحة وإنتاجية الأفراد العاملين في الأجيال القادمة في الحسبان.

فما من شك في أن هذه الأعمال لها أثرها البعيد المدى على معدل وفيات الأطفال والرضع وعلى حجم الأسرة.

ذلك أنه إذا ما حدث تغيير في جانب من جوانب حياة المرأة سواء كان سلباً أو إيجاباً ينعكس أثره على كل الجوانب الأخرى.

ولإجراء التغيير المطلوب فلابد وأن نعترف بالمرأة ليس فقط كزوجة وأم، وإنما كفرد مهم وله قيمته في المجتمع.

وهذا يعني أن تأخذ المرأة بزمام الأمور في يدها فيما يتعلق بصياغة حياتها ومستقبلها وتنمية مجتمعها.

وهذا يعني إعادة النظر في خطط التنمية من بدايتها حتى تؤخذ طاقة المرأة واحتياجاتها في الاعتبار.

وقد آن أوان ذلك!!..

❄ ❄ ❄

المرأة والاستهلاك

شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً بالغاً بتفهم سلوكيات المستهلك، ومبررات تصرفاته والتنبؤ بها والنظر إلى المستهلك سواء أكان رجلاً أم امرأة أم طفلاً، من خلال علاقات التأثير والتأثر، والاهتمام بالتغير الذي يحدث في سلوكياته وتحديد أسباب هذا التغير.

المرأة والرشد الاستهلاكي

قد تكون المرأة هي الركيزة الأساس في الترشيد الاستهلاكي الاقتصادي، إذا اهتمت بهذا الجانب، ولكن يلاحظ أن الرشد الاستهلاكي الاقتصادي لدى المرأة ليس بالشكل المطلوب، الذي ينبغي أن يكون عليه سلوك المرأة الرشيد، فالمناسبات كثيرة والعادات والتقاليد والروابط الاجتماعية عديدة.

وفي تحقيق صحفي حول (المرأة السعودية والرشد الاقتصادي) برزت نتائج مهمة منها: الرشد الاقتصادي للمرأة في كثير من الدول العربية ليس بالقدر الكافي، ومن ثم، ينبغي من وسائل الإعلام أن تسهم في نشر الوعي الاستهلاكي، وبرامج محو الأمية بحاجة إلى معلومات تحث على الترشيد الاستهلاكي الاقتصادي، وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن ٨٨٪ من الأسر السعودية تنفق أكثر من حاجاتها الاستهلاكية.

ويمكن تحقيق الرشد الاستهلاكي الاقتصادي عن طرق نشر الوعي الاستهلاكي بين الزوجات، وتدريس مادة ترشيد الاستهلاك ضمن المواد الدراسية في مراحل مختلفة من التعليم، وعقد ندوات نسوية تتعلق بالسلوك الاستهلاكي.

المرأة وظاهرة المجتمع الاستهلاكي (الاستهلاكية):

يلاحظ أن المجتمع النسوي تأثر بظاهرة المجتمع الاستهلاكي التي سادت معظم دول العالم الإسلامي، وتحول أفراد هذه الدول إلى التطلعات العارمة للثراء السريع، وإلى اللهاث وراء الكسب، من أجل استهلاك أوفر ورفاهية أفضل، والرغبة المستمرة في الشراء والمزيد منه، حتى أصبح همَّ أفراد هذه المجتمعات الوصول إلى مستوى المجتمع الاستهلاكي الغربي.

تقول ديبره فريدمان: (إن تبني طرق حديثة في الاستهلاك هو شكل شائع للتغير، إن شراء واستخدام الأدوات الحديثة يتطلب الاحتكاك بالقطاعات الحديثة في المجتمع وبالتالي اكتساب أنماط سلوكية حديثة).

المرأة وظاهرة حمى الشراء (النهم الاستهلاكي):

إن المرأة في عصرنا الحاضر تعاني - مثل الرجل - من شهوة الشراء أو إدمان الشراء.

تقول الباحثة الاجتماعية الأمريكية باتريشيا روبرتس: (إن الإدمان على الشراء لا يقل خطراً ودماراً نفسياً عن خطر الإدمان على الكحول والمخدرات).

ومن ثم يجب توجيه الاهتمام إلى ظاهرة إدمان الشراء أو حمى الشراء، يذكر بعض الباحثين أن الإدمان على الشراء يمكن أن يكون ردة فعل للكآبة والتوتر النفسي وحالات القلق، فيجد المرء المتنفس الوحيد له في الإغراق في الشراء، فقد يشتري سلعاً ليس في حاجة لها، ويلاحظ أن الرجال يشاركون النساء في رغبة الإغراق في الشراء، وقديماً قال الفاروق عمر ابن الخطاب لجابر بن عبد الله - رضي الله عنهم - (أكلما اشتهيت شيئاً اشتريته؟!).

المرأة وظاهرة الشراء التلقائي (النزوي):

يغلب على السلوك الشرائي النسوي طابع التلقائية أو ما يسمى بالشراء النزوي، وهو شراء سلع لم تكن في ذهن المشتري قبل دخول المتجر، وقد أثبتت الدراسات أن ٦٠٪ من القرارات الشرائية قرارات نزوية.

وقد أصبح هذا النوع من الشراء عادة استهلاكية وظاهرة سلوكية شائعة، ومن تحقيق أجري حول (حمى الشراء) كانت الإجابات مؤيدة لتلك الظاهرة وذلك النوع من الشراء، تقول إحداهن: (ننزل إلى السوق ونستسلم للإغراء ونشتري مالا نحتاج إليه)، وتقول أخرى: (أتيت إلى السوق وليس لدي نية للشراء وخطرت على بالي أشياء فاشتريتها).، وتقول ثالثة: (أشتري أشياء زائدة عن حاجتي).

المرأة وظاهرة الاستهلاك الترفي (الكمالي):

عادة يتصف السلوك الاستهلاكي للمرأة بأنه سلوك استهلاكي ترفي، يتم في شكل انفاق على سلع ترفيه أو كمالية، من أجل المباهاة والمفاخرة، وبدافع حب الشهرة والتميز، وهذا مظهر من مظاهر البذخ والإسراف، ولذا، كان الاستهلاك الترفي انفاقاً على سلع كمالية، وفي مناسبات غير ضرورية، يشوبه الإسراف والتبذير، بقصد التباهي وحب الظهور وتعويض نقص اجتماعي معين.

تقول بدرية المطيري في تحقيق أجري حول (هوس التسوق عند المرأة): هناك من النساء من يشترين أغراضاً ليست ضرورية ولا في حدود إمكانياتهن ويدفعن بالرجال إلى دفع الكثير وفوق حدود إمكانياتهم).

المرأة وظاهرة التسوق:

لقد باتت حمى التسوق تستشري كثيراً لأن ضغوط الشراء الدعائية والتسابق من أجل رفع مستوى المعيشة وتسهيلات البيع وأسلوب العرض، كل هذه الضغوط بجانب الدوافع النفسية التي تتحكم أيضاً في الإنسان أوقعت بأسر كثيرة في شباك هذا الهوس غير الطبيعي.

وحول الدوافع التي تذهب بالمرأة إلى إدمان هوس التسوق الانفعالي، تحدثت فوزية خليل من خلال تحقيق أجري حول (هوس التسوق عند المرأة) قائلة: (إن هذا الإدمان دائماً ما يكون انفعالياً، أي يتولد في نفس الإنسانة ويدفعها في لحظة عابرة تحت قوة الاندفاع التي تسيطر عليها من أجل تحقيق هذا الانفعال، وهذا يمثل عندها طريقة تعويض عن حاجات ورغبات مكبوتة، فربما كان تكديس الأطعمة والملابس وملء المنازل بالمشتريات عند بعض النساء لمعاناة عاطفية نتيجة حرمان أو قلق أو تعاسة زوجية أو انعدام أصدقاء أو قلة حنان، وهذا الهوس أكثر شيوعاً بين النساء).

المرأة وظاهرة الإسراف والتبذير:

الشائع بيننا أن المرأة أكثر إسرافاً من الرجل، سواء في

ملبسها أو إنفاقها، ولكن هناك من الرجال من هم أكثر إسرافاً في أموالهم وسلوكهم ومقتنياتهم، فالأمر نسبي، ويرتبط بحجم ما يتوافر لدى الفرد من مغريات نحو الإسراف.

ويبقى السؤال المهم: أيهما أكثر إسرافاً الرجل أم المرأة أم الاثنين معاً؟.

قيل: إن المرأة وحدها هي المسؤولة.

وقيل: إن الرجل وحده هو المسؤول.

والحقيقة: أن كلاً من الرجل والمرأة مسؤول، وإن كان الإسراف والتبذير أكثر في المجتمع النسوي نسبياً.

تقول صباح المالكي في تحقيق أجري حول (الإسراف هل هو داء أم دواء) تقول في معرض إجابتها على سؤال أيهما أكثر إسرافاً: إن المرأة أكثر إسرافاً من الرجل، حيث تحتاج إلى ملابس متعددة وأدوات زينة وأدوات تجميل، واحتياجات لمنزلها، وتحب تعدد الملابس لأولادها، ليكونوا في مظهر مناسب...).

المرأة وتعاليم الإسلام وقواعد النظام الاقتصادي:

من المعلوم أن تعاليم الإسلام تدعو إلى الحد من المبالغة في الإنفاق، والاكتفاء بالضروريات، كما أن الاستغناء عن

الفضول والاكتفاء بالضروريات مطلب رئيس، فللمرأة حق مثلاً في التزين بكل شيء يزيد من جمالها وأنوثتها، ولكن بلا إفراط، ووفق الضوابط الشرعية المرعية.

والإسلام يوصي بالاعتدال في ارتداء الملابس ويكره التباهي والتكلف الزائد، ويستحب البساطة وينبذ المبالغة في النفقات، ولهذا كان التوسط لُب الفضيلة، وهو خير الأمور.

ومن القواعد الرئيسية التي يرتكز عليها النظام الاقتصادي في الإسلام قاعدة الوسطية حيث لا إسراف ولا تقتير، يقول تعالى: ﴿وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ﴾ [الإسراء: ٢٩] ويقول سبحانه: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَٰلِكَ قَوَامًا﴾ [الفرقان: ٦٧].

مما سبق بيانه نختم ببعض النتائج والحقائق، ومنها:

١- تبرز فوضى الاستهلاك بشكل واضح، حينما تبدأ الزوجة بعرض نفقاتها، لتكون النتيجة أن نفقات من السلع والمواد الغذائية تبتلع فعلاً الدخل الشهري حتى آخر ريال منه.

٢- إن رغبة الزوجة في الشراء شراء ما تحتاجه وما لا تحتاجه، هو سبب لبعض المشكلات الزوجية.

٣- يلاحظ أن الإدمان على الشراء ينتشر كثيراً بين الناس غير السعداء في حياتهم الزوجية.

٤- تنتشر العقلية الاستهلاكية أو ما يعرف بالثقافة الاستهلاكية لأسباب عديدة منها : حالة الترف السائدة ، واستيراد التقنية الغربية ، والسيولة المالية .

٥ - يتولد من الاستهلاك غير الرشيد آثار ونتائج غير حميدة على المجتمع من مثل : التبذير وعدم الاكتراث لذلك ، والتفكك الاجتماعي ، وإعاقة التوجيه الاجتماعي الإيجابي .



المرأة والحجاب

أصبح الحجاب موضوعاً من الموضوعات التي تأخذ حيزاً كبيراً في الندوات والمقالات والكتب وحتى في أجهزة الإعلام والقنوات الفضائية.

وينبغي أن نعلم أن موضوع الحجاب الذي كثر الجدل حوله ورد كمصطلح قرآني بتعبير (الجلباب) على حد قول شهرزاد العربي في كتابها: (البعد السياسي للحجاب).

ومن المعلوم أن آيات الحجاب قد وردت في سورتين من القرآن الكريم، وهما سورة الأحزاب والنور، ومن ذلك ما جاء في سورة الأحزاب قوله تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُل لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِن جَلابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَن يُعْرَفْنَ فَلا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا ﴾ [الأحزاب: ٥٩].

وفي الآية أمر من الله تعالى لرسوله عليه الصلاة والسلام - أن يأمر نساءه وبناته ونساء المؤمنين عامة إذا خرجن لحاجتهن أن يغطين أجسامهن ورؤوسهن وجيوبهم وهي فتحة الصدر من الثوب - بجلباب كاسٍ يسترهن من الفساق.

إن الحجاب ليس مجالا للاختيار، فمن خلال الآيات الخاصة بالحجاب يتضح أنه لم يكن قصراً على طائفة

أو جماعة خاصة في المجتمع، وإنما الجميع مطالبون به على اعتبار أن الآيات تخاطب كل أفراد المجتمع الإسلامي.

والغريب أن هناك بعض نساء الأمة الإسلامية أصبحن يحاولن تطوير الحجاب حتى يتطابق مع العصر، وفي محاولة التطابق هذه ذهبن إلى اتخاذ أشكال جديدة للحجاب هي في الغالب تبرز مفاتن المرأة وتذهب بها نحو إهدار قيمتها وكرامتها.

وبهذا تحول السلوك الاجتماعي من سلوك مرتبط بدين الأمة وتاريخها إلى سلوك مستورد من الآخرين الذين عجزوا عن حل مشكلاتهم الخاصة وأزماتهم الاجتماعية والاقتصادية.

إن الزيّ أحد سمات الثقافة، ومن ثم اعتبر اللباس أحد السمات الثقافية لدى شعوب العالم كافة، ويتميز كل شعب وأمة على هذا الأساس في لباسها عن الآخرين.

وفي المقابل، فإن السفور يمثل أحد العوامل التي تجر المجتمعات نحو الهاوية، فهو بمثابة المعول الذي يضرب به في حجر الأساس لهذه الأمة من أجل تجريدها من إيمانها وقيمها.

إن كثيراً من الأوروبيات والأمريكيات والداعيات إلى الحضارة الزائفة وهن كثيرات، يذهبن إلى الادعاء بأن المرأة الأوروبية والأمريكية يملكن قدراً من الحرية لا تملكه المرأة المسلمة.

وللأسف فقد ذهب إلى هذا الرأي كاتبات عربيات مسلمات، ناسيات أو متناسيات أن التاريخ يشهد بأن المرأة المسلمة أكثر حرية وأكثر عزة، وأن المرأة الكافرة كانت تُملك كأي متاع، وكانت جسداً يباع ويشترى.

إن تميزنا عن الآخرين أمر ضروري من عدة نواحٍ، لعل أهمها الناحية العقائدية، ذلك لأن النساء يختلفن عن الرجال في اللباس وغيره من الناحية الشرعية.

وإذا تأملنا الحجاب باعتباره فرضاً نجده غير محدد من ناحية اللون أو نوع القماش، إذ المهم فيه هو الستر وتغطية الوجه والمحافظة على الآداب والعلاقات الاجتماعية.

إن الحجاب له أبعاد دينية وثقافية وحضارية وسياسية واقتصادية واجتماعية.

ومن الناحية الاقتصادية يمكن إبراز الجوانب الاقتصادية للحجاب في النقاط التالية:

١- الحجاب بين الحاجة والمنفعة: من الناحية الاقتصادية تظهر منفعة الحجاب في مدى إشباعه للحاجة النفسية الإيمانية (متمثلة في إطاعة أوامر الله والسعي إلى سيادة الوحيد في الأرض، ثم يأتي بعد ذلك التمييز الخاص بالمرأة المؤمنة عن غيرها من نساء العالم، ومن ناحية أخرى

تتجلى منفعة الحجاب الاقتصادية للمجتمع في عدم التكاليف، وتبذير ميزانية الدولة المسلمة في متاهات الاستعراض وفنون الموضات وهوس التسوق وإدمان الشراء والاستهلاك الذي نراه اليوم.

٢- الحجاب بين الربح والكساد: لنفترض أن نسبة كبيرة من النساء قد اتخذن من الحجاب اللباس الأساسي لهن استجابة لأمر الله تعالى فما يحدث بعد ذلك؟ ينتج عن هذا ربح اقتصادي لهذه لمجتمعات، إذ يقل استيراد الأزياء والموضات العالمية، وبهذا نحافظ على العملة الصعبة التي هي مشكلة معظم الدول الإسلامية التي حباها الله بخيرات عظيمة، وبجانب هذا تقل تبعاً لذلك مواد الزينة ووسائلها الخاصة بالمرأة، وتتحول إلى الاستعمال المنزلي فقط، وجميع هذه الحالات تشكل ربحاً اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً للمجتمع الإسلامي.

٣- الحجاب بين البطالة والعمل: إن التزام المرأة المسلمة بدينها، بارتدائها الحجاب يؤدي إلى زيادة الإنتاج، لأن أغلبية المتحجبات ملتزمات، وهذا يقيم حدوداً لا يسمح بتجاوزها، فينهمك نتيجة لذلك كلٌ في عمله.

أما إذا تبرجت المرأة وسفرت وتزينت بألوان الزينة

والتجمل، فإن جل إداراتنا ومستشفياتنا وجامعاتنا ستصبح أماكن للمواعيد الغرامية، فينشغل الناس بعيداً عن أعمالهم، ومن ثم يضيع الإنتاج وتنتشر البطالة في أوساط أفراد المجتمع.

٤- الحجاب بين الاعتدال والتبذير: إن شراء اللباس في كل وقت وإنهاك ميزانية الأسرة في متطلبات المرأة العصرية يؤدي بالضرورة إلى سلوك الإسراف وسبل التبذير.

والمتحجبات لا يذهبن إلى السينما والمسارح ولا ينفقن نقودهن في شراء مجلات الموضة والمساحيق ويبتعدن عن كل سلوك يقربهن من معصية الله والسقوط في براثن التبذير وكفر النعمة، وينتهجن خلق الاعتدال والتوسط في ميعشتهن.

ختاماً، نقول إن مسألة الحجاب قضية أساسية للمرأة المسلمة، لأنها إحدى الخطوات الأساسية للسير نحو النقاء، والطهارة والالتزام.



المرأة والحُلي

التزين والتجمل هو أساس اقتناء الحلى والمصوغات، كما أنه ميل إنساني تفرضه عوامل عديدة، منها الحاجة إلى تأمين الاستقرار النفسي وضمان المستقبل، حيث تشعر المرأة بشكل خاص بالأمان بما تحرزه من مصاغ.

إذ صروف الدهر متقلبة وغوائل الزمن غدارة، وكذلك أمزجة الرجال.

يقول د. سعد محمود الجادر: الرجل عند المرأة مخلوق لا أمان له، أما الأولاد فإنهم يتفرقون كل في فلكه، وتظل المرأة في خوف من الترمل في حالة موت زوجها أو هجرها أو اقترانه بأخرى، وتبقى وحيدة مع أطفالها.

إن المعادن النفيسة والأحجار الثمينة تُعدُّ غطاءً مادياً جيداً، كما أن الذهب والفضة مقياس مهم للثروة وقاعدة متينة للحياة الاقتصادية.

فالإقبال على حيازة الذهب والفضة سبيكة وحلية عادة ناجمة عن الثقة العالية بهذه المعادن عبر العصور، حيث لا تتأثر بالعوامل الطبيعية ولا ضريبة عليها. كما أنه أفضل ما يورث للأبناء والأحفاد، ويمكن تحويله إلى نقود سائلة في أي وقت من الأوقات.

وقد كان لادخار المصاغ دور مهم في حفظ نماذجه عبر التاريخ الإسلامي سواء كمسكوكات يعثر على كنوزها المطمورة أو على شكل حلي ومواد زينة.

والآن حيث يتعاظم شعور الناس بالبحث عن عناصر الثقة والأمان من حوادث السرقة والسطو يلجأ كثير منهم إلى تخزين مصاغهم في صناديق البنوك.

ونتيجة لضعف أو انعدام أنظمة الضمان الاجتماعي في العالم الإسلامي تحل المعادن النفيسة مكان هذا الضمان.

ففي البلدان التي تمثل الطبقة الوسطى فئة مهمة في المجتمع يتطلّع سكانها إلى اقتناء السيارات والأدوات الكهربائية والأثاث والتمتع بحياة جيدة، فإنهم يبيعون مقتنياتهم من الذهب والفضة لشراء احتياجاتهم.

أما في بلدان أخرى فإن أفضل ما يفعله الناس هو شراء المعادن النفيسة وإخفائها ادخاراً للمستقبل واحتياطاً للطوارئ.

ولذا، يمثل المصاغ في المجتمعات الريفية بنك العائلة وثروتها وصندوق توفيرها، مفتاحه عند الرجل الذي يعرف مقدار المدخرات، كما أنه يتربص فرصة هبوط الأسعار ويغتنمها في سبيل التجارة أو شراء بعض الحلي لنساء داره، فالرجل هو الذي يبيع ويشتري ويبادل ويغيِّر الموضة.

ومن ثم فإن قيمة الحلي تتحول في حالات القحط والجفاف إلى موارد غذائية واستهلاكية تعين العائلة على الثبات والعيش والعمل بانتظار موسم أفضل.

ويعتمد رواج المصاغ في المعادن النفيسة على مستوى المعيشة ودرجة تحضر الشعوب وقيمتها وتقاليدها، فكلما ازدهر اقتصاد الدولة وكَثُر أغنياؤها شاع استعمال الموارد النادرة والسلع النفيسة ومنها الحلي الذهبية.

وما إن تتدهور الأحوال الاقتصادية التي تصحبها تغيرات مهمة في المجتمع حتى يتبعها استخدام موارد أرخص ومنها الفضة.

ويلاحظ بشكل عام أن متوسطي الدخل في البلدان الإسلامية هم أكثر فئات المجتمع الذين يتزينون بالحلي من الذهب أولاً والفضة ثانيا.

وتمثل الحلي بالنسبة للنساء مجالاً مهماً للتباهي، فيتزينّ بعدة قطع منها في آنٍ واحد يحملنها في حلهنّ وترحالهن.

وتستخدم الحلي كهدايا بشكل واسع، فالفتاة تحمل حلية أمها التي أهدتها لها. هذا إضافة للهدايا التي تقدم في المناسبات، سواء في إطار العائلة من الأب والأم، أو من الزوج إلى الزوجة، دليلاً على اعتزازهم بها وحبهم لها.

والشيء نفسه بالنسبة إلى الهدايا المتعارف على تقديمها بين الأقارب والأصدقاء في الأفراح كالولادة والختان والمناسبات الأخرى، إذ تحصل الفتاة على سوار أو قرط أو خاتم .

فحين تولد الفتاة يبدأ أهلها بتكوين رصيد لها ينفعها للزواج والمستقبل .

والشبكة هي هدية العمر، ورمز وقيمة العروس في نظر أهلها وتقدير الخطيب لخطيبته .

وبعد الزواج تجرّ المرأة زوجها طوعاً أو قسراً إلى أسواق الذهب تختار وتقتني وهو يدفع .

فالمرأة لا تكل في تكرار طلبها للحلي خاصة بعد زياراتها للأهل والأصدقاء، حيث تشاهد ما اشترته النساء وتتشبه بهن مهما كان وضعها الاقتصادي والمالي ضعيفاً .

فالمهم لها، أن تشارك الأخريات الحديث عن الذهب وتتباهى بما لديها من حُليّ . إذ تُحب غالبية النساء الظهور بمظهر الأناقة والغنى في آنٍ واحد .

وتنعكس رغبة المرأة في الفخر والتباهي بثروة زوجها أمام المجتمع، وخاصة النسائي عن طريق لبس الذهب والألماس والأحجار الثمينة في المدينة .

ولا غرابة أن نجد بعض النساء يستعرضن أحياناً حلي

صديقاتهن وأقاربهن لإظهار الثراء والغنى في المناسبات الاجتماعية والاحتفالات .

وتتزين النساء بكل حليهن في مناسبات محدودة مثل الزفاف وعيد الفطر وعيد الأضحى والولادة والختان .

وتتزين أغلب النساء ببعض الحلي بشكل دائم مثل القرط والقلادة وبعض الأساور .

بينما لا تتزين المرأة المسلمة في معظم البلدان الإسلامية بذلك في حالة الحداد على فقيد أو في شهر رمضان .

وللأسف فإن بعض النساء يشعرن بالخجل في بعض المناسبات إذا لم يحو لباسهن على حلي جديدة .

وثمة ظاهرة أخرى هي ظاهرة اعتزاز المرأة بحليها والاحتفاظ به وتوارثه والتزين به في الاحتفالات والمناسبات والحياة اليومية .

هذه الظاهرة تتمثل في رهن الحلي الشخصية لدى الصاغة أو الأثرياء والتجار نتيجة العوز والحاجة وتفادي الأزمات المالية .

وتنتهي العملية بارجاع النقود إلى التاجر وفك الرهن ، أو شراء التاجر للحلي المرهونة وإكمال دفع ثمنها لصاحبها ، فقد كان الحلي ترهن منذ غابر الأزمان .

وظاهرة أخرى جديرة بالملاحظة هي وقف الحلي ، فقد

أسبغ الإسلام على مجتمعاته علاقات إنسانية نجم عنها عادات وتقاليد حميدة، حيث يسهم الموسرون في التنمية الاقتصادية والاجتماعيّة عن طريق استغلال الموقوفات من أموال منقولة وغير منقولة في شؤون الخير.

ومن خلال نظام الوقف التطوعي تم تشييد العديد من المنشآت الدينية والتعليمية والثقافية والصحية في جميع رحاب الإسلام إضافة إلى الخدمات المتعددة الجوانب المنفذة باستخدام الأموال الموقوفة مثل مساعدة المسلمين المعوزين وإيواء الفقراء والمساكين وإطعامهم.

كما كانت في المدن والقرى الإسلامية القديمة عادة إعارة العوائل الغنية حليهم إلى العرائس الفقيرات ليلة الزفاف، وبفضل الله تعالى فقد استمر هذا التقليد حتى الآن في بعض المجتمعات الإسلامية.

حيث تتعاون مجموعة من النساء على توفير ما تقتضيه حفلات الزواج من تجهيز العروس الفقيرة باللباس والحلي.

لقد كان الإنسان القديم يتحلى بسن الذئب للدلالة على قتله، وبناب الفيل رمزاً لسيطرته وغلبته على الحيوانات القوية، فزينة الإنسان قديماً اتّخذت أشكال القوة والبأس.

ثم تطور المصاغ فصار منه طلاسم وأحجبة وتمائم سحرية

للدفاع عن الإنسان ضد المخاطر والشرور، أو طلباً للحب والخصوبة والولادة.

وبتطور المجتمعات حضارياً صار للحلي قيمٌ جمالية تتغير تبعاً للظروف والزمن والموضات، مما نجم عنه انفجار هائل في النماذج والأشكال والعلامات المميزة، والوظائف الاجتماعية والاقتصادية.

حتى أضحى من المتعذر تحديد أصولها، فضاعت نتيجة لذلك المعاني الحقيقية لرموز كثيرة أصيلة في الحلي.

ومن ثم، فهل آن الأوان لإعادة الرموز الأصيلة والمعاني الحقيقية والوظائف الاجتماعية والاقتصادية والعلامات المميزة للمصاغ والحلي.؟!!



المرأة والزواج

إن أول مَنْ بيّن أهمية رأس المال البشري أي أهمية المعارف والطاقات التي تعطيها الأسرة للفرد ويكتسبها من خلال التربية والتعليم هو الاقتصادي الأمريكي جاري بيكر - الحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد.

وقد اهتم بيكر بالأزواج وخاصة حالات الزواج والطلاق، وذلك من خلال بحثه الرائد حول الأسرة، إذ عرض بعض الأفكار التي أزعجت أنصار الحركات النسائية.

خاصة وأنه يعتبر الزواج بمثابة عقد لتوزيع العمل، فكل من الزوجين يتخصص في مجال ما وطبقاً للعادات والتقاليد الاجتماعية فإن الرجل هو الذي يعمل في الخارج وتبقى المرأة في المنزل للقيام بالأعمال المنزلية وممارسة الأمومة.

وقد بيّن الاقتصادي الإنجليزي دافيد ريكاردو في عصره (القرن التاسع عشر الميلادي) ومن خلال نظرية المزايا المتوازنة لماذا يجب أن تتخصص دولتان في التبادل التجاري للحصول عى أقصى الفوائد.

ويطبق جاري بيكر النظرية نفسها في التبادل غير التجاري الذي يربط الزوج بالزوجة حيث يؤكد أن التخصص فقط هو الذي ينظم موارد الأزواج ويحقق لهم الرفاهية.

لقد أدى دخول المرأة الواسع في مجال السوق الخارجية إلى إنقاص الربح الاقتصادي للزوج من جهة وسهولة الطلاق من جهة أخرى .

يقول فيليب ثورو : نستطيع أن نقول بتعبير اقتصادي إن خروج أحد الشركاء في الزواج من السوق لم يعد يكلف غالياً ، وبما أن الأزواج الشبان يتوقعون أن ينتهي زواجهم بالطلاق ، فإنهم لا يحرصون على الإسراع في الإنجاب كما كان يحدث في الماضي .

ويقول دنجان : يبدو جلياً أن الزّواج لم يعد ربحاً كبيراً ، ويؤكد ذلك العدد الكبير من الارتباطات الحرة وزيادة عدد النساء المسؤولات عن الأسرة ، وكذلك ارتفاع عدد المواليد دون زواج .

يبدو - وللأسف - أن هذا التطور يتوارث ذاتياً ، فترغب الزوجات في العمل كحماية لهن وأولادهن من مصيبة أي طلاق محتمل .

ومن الملاحظ أن أجور النساء العاملات أقل من أجور الرجال وربما كان ذلك لأن الزوجات يكن مشغولات بالمهام المنزلية ، فلا يعطين الجهد نفسه في نشاطهن المهني ، ولذلك فهن يستثمرن أقل في الخارج ، ويخترن أعمالاً تتطلب جهداً أقل ولذلك فإن أجورهن تكون أقل .

لذا فإن عوامل اقتصادية واجتماعية وصحية تؤثر في عدد المواليد، إذ لا تقتصر على عمل المرأة فقط بل تشمل التقدم التقني.

ومثلما يحدث في فترة التغيرات التقنية السريعة فإن كثيراً من الأسر تفضل تجديد أثاثها أو سياراتها، مما يؤدي إلى انخفاض الميزانية المخصصة لأطفالها، وينتج عن ذلك انخفاض في نسبة المواليد.

ولذا، قام جاري بيكر وروبرت بارو ببناء نموذج حسابي يسمح بتحليل تطور معدل الخصوبة إضافة إلى التقدم التقني، فظهرت عوامل عديدة مثل درجة تضحية الوالدين، والنمو، ومعدلات الفائدة والأعباء الاجتماعية باعتبارها تؤثر في نسبة المواليد.

وذلك لأن وجود الأطفال يضع المرء في النهاية في موقف اختياري بين الاستهلاك الفوري والاستهلاك المؤجل لصالح الأطفال.

وكلما ارتفعت معدلات الفائدة الفعلية حرصت الأسرة على الادخار وخفضت الاستهلاك مما يؤثر إيجابياً على عدد المواليد.

وعلى العكس، فإن زيادة الأعباء الاجتماعية على

الموظفين يخفض الادخار ويؤدي إلى فقدان الرغبة في إنجاب الأطفال.

ومع ذلك، فإن عصرنا هذا يشهد أكبر عدد من زيجات الحب، ومن المفارقات أنه يشهد أيضاً أكبر عدد من حالات الطلاق.

ختاماً أقول: إن زيجات الماضي التي نظمتها الأسر كانت تقلل من فرص الخطأ وحالات الطلاق والتفكك الاجتماعي.



المرأة والخصوبة

يُشكِّل موضوع السكان أحد أبرز الاهتمامات في مجال البحث الاقتصادي والاجتماعي لما له من أثر على مختلف جوانب التنمية وقد كان الربط بين السكان والتنمية ولا يزال محور برامج العمل الدولية .

وعلى الرغم من الاهتمام الذي تحظى به منذ أمد طويل العلاقة بين السكان والتنمية ، فإن العلاقة السببية بينهما مازالت عصية على الاستقرار ، وتختلط فيها جوانب أخرى كما يختلط اتجاه العلاقة وتكثر الكتابات حول التبعات الناجمة عن النمو السريع للسكان في البلدان النامية ومعظمها تشير إلى تشاؤم قد لا يكون في محله ، بينما ترجح أخرى الأثر الإيجابي على التنمية في البلدان النامية .

وقد طرحت الأدبيات المعاصرة العديد من الأفكار حول وجود حجم أمثل من السكان يحقِّق الوصول إلى أهداف اقتصادية أو تنموية مرجوة ، بَيْدَ أنه من الصعب تحديد التطور المثالي لعدد السكان .

إن علماء السكان الذين يسعون لدراسة العلاقة بين السكان والتنمية مازالوا يطرحون عدداً من النظريات التي تحاول ربط الخصوبة كقضية سكانية بالاقتصاد وبالذات

التنمية الاقتصادية، ومن أبرز هذه النظريات مصيدة السكان، والنظرية الاقتصادية الجزئية للخصوبة والنظرية التنموية.

فعندما كتب مالتوس كتابه عن مبادئ السكان طرح فيه ما أصبح معروفاً عن نمو السكان بمعدل هندسي بحيث يتضاعف عددهم كل ٣٠- ٤٠ سنة مرة ونمو إنتاج الغذاء بمعدل حسابي وذلك بسبب قانون الغلة المتناقص.

الأمر الذي سيجعل دخل الفرد أو إنتاج الغذاء للفرد يميل إلى الهبوط نتيجة لعدم مجاراة زيادة نسبة الغذاء الإجمالية لزيادة السكان، مما سيقود بالتالي إلى حد الكفاف والعودة إلى حجم السكان الأولي.

وتتم هذه العودة إما طوعاً بالتزام أخلاقي من الأفراد بتحديد عدد أولادهم، أو كرهاً من خلال المجاعات والحروب. وعادت هذه النظرية المتشائمة إلى الانتشار ثانية بعد نماذج حدود النمو على الرغم من سقوط عدد من نبوءاتها.

يقول الدكتور عدنان وديع الخبير بالمعهد العربي للتخطيط بالكويت في ورقة بحثية له بعنوان: (قضايا السكان في الوطن العربي) طبقاً للمالتوسية فإن الأمم الفقيرة لن تستطيع الارتقاء بالدّخل الفردي فيها فوق مستويات الكفاف مالم تمارس خطوات كبح وقائي لزيادة السكان.

وقد انتقدت أفكار مالتوس ونموذج مصيدة السكان من وجهتي نظر كبيرتين: أولاهما: أثر التقدم التقني الذي زاد من إنتاجية الأرض ومن عرض الغذاء، و ما يزال، بحيث لم تعد (المصيدة) مقفلة بالشكل النظري المطروح في النموذج، وبالتالي قد تتمكن البلدان من الخلاص من هذه المصيدة.

أما الانتقاد الثاني، فهو موجه للافتراض بأن زيادة معدلات السكان الوطنيّة مرتبطة بشكل مباشر وموجب مع الدخل الفردي للمواطن، لكن يبدو أنه لا يوجد ارتباط واضح بين معدلات نمو السكان ومستويات الدخل في بلدان العالم الثالث، حيث أنه نتيجة لتقدم الطب وبرامج الصحة العموميّة، فقد هبطت معدلات الوفيات بشدة وأصبحت مستقلة في هذه البلدان عن مستوى الدخل الفردي.

فمنذ الستينات قدّم الاقتصاديون تفسيرات للخصوبة تركزت على دور العوامل الاقتصادية والاجتماعية في هبوط الخصوبة استناداً إلى دراسات سابقة حول التبعات الاقتصادية لنمو السكان السريع وإعادة صياغة الأفكار المالتوسية.

فمنذ بروز (اقتصاد الأسرة) أكد أكثر من اقتصادي على أن الخصوبة محدّدة بنفس القوانين الاقتصادية التي تحكم سلوك المستهلك. فالأطفال يحققون منفعة لذويهم ويعتمد العدد

الذي يرغب الآباء بإنجابه منهم على تفضيلاتهم ودخولهم. وفي أواخر السبعينات تمّ توسيع تطبيق هذه الأفكار على الدول النامية، وبناء على ذلك اتسع مفهوم تدفقات الثروة بين الأجيال على الخصوبة وبالذات إذا كانت الأم ذات عمل بأجر حيث إن تربية الأولاد تعني التفرغ لهم وانقطاع الأجر كتكلفة الفرصة.

ولكن يقاوم هذا الاتجاه في التفسير مَنْ يرى أن الإنجاب موضوع عاطفي أكثر من كونه اقتصادي وأن الآباء لا يجرون تحليل تكلفة منفعة عند إنجابهم، بل يتقبلون ارتفاع تكلفة الإنجاب وتبعاته المعاصرة من تعليم أطول وذي نوعية أعلى وأكثر تكلفة. وتلعب مجانية التعليم والمنح الحكومية للإنجاب دوراً مهماً في إبطاء هبوط الخصوبة، ولكنها لم توقفه بدليل حالة البلدان المتقدمة حالياً.

ونظراً للمصاعب التي اكتنفت النظرية الكلاسيكية للخصوبة في القدرة على تفسير مراحل التحول الديموغرافي فقد اتجه الاقتصاديون إلى الاقتصاد الجزئي ونظرية خيار المستهلك في الطلب على السلع، واتجهوا إلى استعمال مبادئ التحليل الاقتصادي.

فقرارات المستهلك تُعدُّ رشيدة، طالما أن كل آخر وحدة

من الإنفاق على كل السلع والخدمات تعطي نفس المنفعة الحدية الإضافية.

وحديثا، تمّ توسيع تحليل خيار المستهلك (اقتصاد العائلة) من السلع والخدمات ليشمل الطلب على الأطفال بافتراض أن لسلوك الخصوبة رشاداً اقتصادياً.

وتعتبر النظرية الاقتصادية الجزئية للخصوبة أن الحصول على الأولاد هو سلعة استهلاكية أو استثمارية مثل بقية السلع، وأن الطلب على الأطفال على مستوى الأسرة يمكن أن يتأثر أيضاً بتفضيلاتها، من حيث عدد معين من الأطفال الباقين على قيد الحياة ضمن نمط ثقافي معين، ومن حيث تكلفة تنشئة الأطفال وبمستوى دخل الأسرة.

وعادةً ما ينظر إلى الأطفال في المجتمعات الفقيرة على أنهم سلع اقتصادية استثمارية، يتوقع منهم عائد مستقبلي من خلال عملهم كأطفال أو اهتمامهم برعاية آبائهم عندما يصبح هؤلاء خارج القدرة على العمل.

وقد أظهرت نظريّة الاقتصاد الجزئي للخصوبة (خصوبة الأسرة) بأن أفضل طريق لجعل العائلات ترغب بعدد أقل من الأطفال، هو رفع تكلفة تربية الطفل من خلال تقديم فرص تعليم أكبر لهم ولأمهاتهم وتوسيع فرص العمل المأجور أمام

النسوة الشابات وتقليص فرص العمل للأطفال بوضع حد أدنى لسن العمل.

ختاما أقول: إن الكثير من المتغيرات التنموية الإيجابيّة ذات أثر إيجابي على تخفيض نمو السكان.

ونذكر من هذه المتغيرات ارتفاع الدخل وعدالة توزيعه وتقلص الفقر وانتشار التعليم والصحة.

كما أن معظم المتغيرات السكانية الرئيسة ترتبط بمستوى التنمية البشرية للبلدان، أكثر من ارتباطها بمستويات الدخل أو بمعدلات نموه.

مما يؤكد أن المدخل التنموي لقضايا السكان قد يُشكِّل العمود الفقري لأي سياسة سكانية فعالة.



المرأة والجنسانية

لقد أصبحت وسائل الإعلام في المجتمع المعاصر جزءاً من منظومة التنميط الاجتماعي Socialization على حد قول أولجا فارونينا .

وهي تلعب أضخم الأدوار في تشكيل وصياغة الرأي العام وتقديرات الناس وتوجهاتهم وفي مجريات الأحداث .

وعلى الرغم من اختلاف النظرة لهذا النوع أو ذاك من وسائل الإعلام واختلاف الرأي في المواد التي تقدمها ، فالمواطن المعاصر لا يمكنه أن يتصور حياته من دون الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون وهي الوسائل التي تحكي لنا بفاعلية ونشاط عن أهم الأحداث في العالم .

على هذا الأساس تحديداً تظهر المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وخاصة فيما يتعلق بالحفاظ على حقوق الإنسان والالتزام بها .

ولكن مع الأسف فوسائل الإعلام المسؤولة غالباً ما تتجاهل هذا الجانب في نشاطاتها بإساءتها - شاءت أو لم تشأ - استخدام مبدأ حرية الكلمة وخاصة في العلاقة بحقوق المرأة .

تقول أولجا : إن بناء المجتمع المفتوح غير ممكن من دون التغلب على الجنسانية Sexism أي التميز على أساس الجنس .

ويقول أندريه ميشيل: الجنسانية هي التوجه الذي يضع أحد الأجناس بالنسبة للجنس الآخر في ظروف مهينة.

إن الأنماط الجنسية إذن إحدى أشكال الأنماط الاجتماعية التي تأسست على التصورات السائدة في المجتمع حول الرجالي والنسائي وسُلّم ارتقاءاتها. وعادة ما تتصف الأنماط الجنسية بالجنسانية في علاقتها بالمرأة.

فهناك العديد من الأبحاث والدراسات التي تظهر تأثير الأنماط الجنسانية على تقديرات الناس وتقويماتهم.

وبشكل عام فموضوع المرأة الآن غير متداول في وسائل الإعلام العادية، ففي فترة نهاية الثمانينات كانوا يكتبون عن المرأة أكثر بكثير مما هو عليه الآن.

وفي حقبة التسعينات، تفاقمت عملية تنميط النساء في وسائل الإعلام وتم تقديم المرأة إما كتفصيلة صغيرة في واجهة المطبخ أو بين الأطفال، وإما كهدف جنسي، وكان ذلك واضحاً على وجه الخصوص فيما يسمى بالمجلات النسائية.

إن معظم هذه المجلات مخصصة لتعليم المرأة كيف تكون جميلة، وكيف تكون دمية مغرية ومثيرة، وكيف يكون هدف حياتها أن تكون مسلية للرجل ويمكنها أن تقدم له أكبر قدر من الاستمتاع واللذة.

وفي وسائل الإعلام غير النسائية صارت المطبوعات والبرامج المخصصة للنساء وللموضوعات النسائية أقل فأقل بينما أصبحت المقتطفات والطرائف والعناوين التي تتميز بالجنسانية الحادة أكثر فأكثر.

إن بيزنس الإعلانات التي يمتلك تاريخاً طويلاً في الغرب، قد أجريت فيه الكثير من الدراسات والأبحاث لهذه الظاهرة، وظهرت العديد من الآليات السلبية من وجهة النظر الاجتماعية، لتأثير الإعلانات وخاصة في مجال تنميط شكل المرأة.

ولأن الإعلان يعمل باستخدام النماذج الشفاهية والبصرية والمرئية مؤسساً مجموعة معينة من القرائن والترابطات والتداعيات، فإنه بذلك يؤثر على الإنسان غير الواعي، ونماذج الإعلانات الغربية الأكثر حظاً تضع البضاعة في موقف أو حالة مزوقة بالانفعالات الإيجابية الأمر الذي يجعلها تستدعي لدى المشاهد انفعالات إيجابية مماثلة، وتقوي لدى المستهلك التداعيات الإيجابية والحنان والعطف الشديدين وغيرهما من التداعيات والآثار.

وقد أكد العديد من الباحثين أن المواد الإعلامية والمعلومات التجارية تتميز بالتصوير النمطي للمرأة والتمييز الجنسي بين الجنسين، حيث النساء فقط هن اللاتي يقمن في الإعلانات

بالأعمال المنزلية والمعيشية حتى مع استخدام الآليات المنزلية الحديثة التي لا تتطلب إطلاقاً أية مواصفات نسائية خاصة .

وعلى ضوء خصوصية سوقنا الجديد الذي يطرح في الأساس الملابس ووسائل التنظيف والأدوية ، يتوجه الإعلان تحديداً إلى المرأة كإنسان منوط به ترتيب وتنظيم المتطلبات الأسرية والعناية بها .

فمن الحجم العام للإعلانات التلفزيونية الموجهة إلى المرأة تخصص نسبة ٣٩٪ للإعلانات التي تقدم إليها وسائل العناية بنفسها ، أدوات التجميل والعطور والأدوية ، ونسبة ٦١٪ الباقية تقدم للمرأة وسائل العناية بالبيت والأطفال والزوج .

وبين الإعلانات التي تقدم للمرأة وسائل العناية بالبيت والأسرة توجد بها نسبة ٢٣٪ من البضائع الموجهة للمرأة الأم ، ونسبة ٣٨٪ للمرأة الغسالة وعاملة النظافة .

في كثير من الأحيان يتم الإعلان عن البضاعة باستخدام رموز جنسية مثيرة للاهتمام أو مواقف جنسية مثيرة جنسياً ، وفي ٩٠٪ من الحالات يكون الطعم الجنسي هو جسد المرأة .

وهنا لا نقصد تلك الحالات التي يتم فيها استخدام الأنوثة الطبيعية للمرأة في خدمة الإعلانات الخاصة بأدوات التجميل ، ولكننا نتحدث عن أخطر من ذلك ، عن المواقف والحالات

الشائعة في الإعلانات المتخصصة بوسائل الإعلام بينما يتم الإعلان عن مواد البناء أو الحاسوب أو السيارة أو الأثاث المنزلي أو البضائع الصناعية الأخرى على خلفية من الفتيات الجميلات المرتديات ملابس فاضحة أو شبه عاريات تماماً، وفي أوضاع مثيرة جنسياً.

مع أننا لا يمكن إطلاقاً أن نرى جسداً رجالياً عارياً في المواد الإعلانية عن السيارات ومواد البناء.

بَيْدَ أننا يمكن رؤية جسد الرجل الجذاب بمسحة خفيفة من الإثارة في الإعلانات عن الملابس الداخلية الرجالية فقط، ولكنه من الضروري أن يكون مرتدياً السروال الداخلي والفانيلة، وفي أغلب الأحوال يكون مرتدياً ملابسه كاملة ومن تحتها تختفي الملابس الداخلية التي يتم الإعلان عنها. وهناك قاعدة تعمل في حالة الإعلانات المجنسنة: فالجسد النسائي الجذاب يضفي من ناحية الجاذبية على البضاعة التي يتم الإعلان عنها بشكل جذاب أيضاً، ومن ناحية أخرى فحينما يقوم المشتري بتأثير هذا الإعلان بشراء سيراميك أو حتى جرانيت!! فهو في وعيه الباطن كما لو كان يشتري أو يمتلك تلك المرأة الجميلة بصورتها الموجودة عليها في الإعلان.

إن قضية تنظيم ومراقبة تقديم المواد الجنسية المكشوفة

في وسائل الإعلام تثير كثيراً من الجدل في العديد من الدول بَيْدَ أن عملية تنظيم ومراقبة الإباحية المرتبطة بالأطفال تجد مساندة أكثر اتساعاً من عملية تنظيم ومراقبة الإباحية المرتبط بالنساء.

لقد انتشرت في الآونة الأخيرة في جميع أنحاء العالم حالات عرض وتقديم مشاهد الجنس في وسائل الإعلام في ظل غياب الرقابة كذلك فإن تزايد عدد المحطات الفضائية الدولية أدت إلى تزايد عروض المواد الإباحية إلى عشرة أمثالها خلال السنوات الأخيرة.

وللأسف، فإن هناك بيزنس هائل يعمل في إنتاج وتسويق هذه المواد، وهذا البيزنس مرتبط أيضاً بالإكراه على ممارسة الدعارة وتجارة النساء وهو يتزايد ويتضخم بسرعة مرعبة وبتحوله إلى أحد أشكال الجريمة المنظمة، فقد أصبح يمارس على نطاقات عالمية واسعة.

إن التشريع ومراعاة مقاصده والقيم الاخلاقية ومبدأ العقاب تُعدُّ من الضمانات الأمنية والحقيقية لمنع أي شيء يوجد من دون رقابة.





الفصل الثالث

اقتصاديات الأسرة

الأسرة رئة الاقتصاد

منذ زمن ليس ببعيد، كانت الأسرة تلعب دور شركة التأمين، وكان الأطفال يعتبرون نوعاً من الاستثمار، ولكنهم اليوم، أي الأطفال، بمثابة أموال استهلاكية ولذلك فإن اختيارات الأزواج لهذا النوع من الإنتاج أصبحت مقيدة بالاقتصاد.

لقد تحفظ الاقتصاديون حوالي قرنين من الزمن عن الكلام عن الأسرة أو في شؤونها، وتركوا تلك المهمة لعلماء الاجتماع والمحللين النفسيين.

والجدير بالذكر أن البحث الوحيد المقدم في تلك الفترة من قبل أحد الاقتصاديين في مجال السكان لم يدعم بالحقائق.

فقد أطلق روبير مالتوس صرخة إنذار في بحثه المقدم عام ١٧٩٨م تحت عنوان (أصل المشكلة السكانية) حينما قال إن الزيادة السريعة في السكان تمثل عائقاً ضخماً في طريق التقدم.

فكلما زاد الدخل تزوج الشباب في سن صغيرة وأنجبوا أطفالاً.

واختتم مالتوس الذي أصبح فيما بعد مدرساً للاقتصاد

السياسي بحثه قائلاً: لعل الانتاج الزراعي لن يستطيع وحده مواجهة هذا النمو السريع للسكان، ولكن الحل يكمن في تحديد النسل برفع سن الزواج، لكي نتجنب تفشي المجاعة والفقر.

وفي الواقع، لم تتحقق توقعات مالتوس التشاؤمية، فقد أتاح التقدم التقني زيادة مدهشة في الإنتاج الزراعي، ولم يسهم ارتفاع مستوى المعيشة في دفع الأزواج إلى إنجاب عدد أكبر من الأطفال، بل على العكس، انخفض معدل المواليد بشكل ملحوظ، حتى أنه بات يهدد القدرة على التعويض السكاني.

وفي محاولة لتفسير هذا التطور المذهل قدم جاري بيكر عدة أفكار هامة لاسيما فيما يتعلق بقيمة الوقت وأهمية رأس المال البشري إذ اقترح رؤية جديدة تماماً للأسرة، وذلك من خلال بحثه المسمى (رسالة حول الأسرة) مما جعله يستحق فعلاً أن ينال جائزة نوبل في الاقتصاد.

فقد أوضح بيكر أن مالتوس أخطأ في توقعاته، لأنه وضع في اعتباره فقط عدد الأطفال وليس نوعية الأطفال، فقد أهمل الرعاية التي تقدم إلى كل طفل، والتكاليف التي ينفقها الوالدان لتربيته وصقله وتدريبه لكي يصبح جذاباً وذكياً.

بَيْدَ أن هذه التكاليف تكون دائماً متغيرة (صحة - تعليم - ترفيه).

وبناءً عليه، فإن الأزواج لن يفكروا في إنجاب عدد أكبر

من الأطفال حتى لو ارتفع دخلهم، ولكنهم سيلجأون إلى تربيته بأفضل الوسائل، وأضاف بيكر أنه بين عصر مالتوس وعصرنا هذا حدث تغير تام في وضع الأطفال داخل الأسرة، وفي شتى أنحاء الحياة المعيشية. فيما مضى، وفي المجتمعات التقليدية الريفية خاصة، كان الأطفال يستطيعون المساعدة في الأعمال اليسيرة في الحقل أو المصنع، فقد كانت الأسرة عاملاً مهماً، لأنها تحمي كل أفرادها من غدر الحياة، وكانت بمثابة شركة تأمين ذات فاعلية.

ولكن اليوم لم تعد الروابط التي تضم الأجيال وثيقة كما كانت في الماضي، ولم يعد الأطفال يمثلون حصة في الأيدي العاملة، وليسوا بمثابة حماية للمستقبل.

لقد فقدت الأسرة جزءاً مهماً من مهامها لأن آليات السوق والدولة عندما تحملت مسؤولية التعليم والبطالة والمرض والشيخوخة قد حلت بذلك محل الأسرة.

وبعد أن كان الأطفال فيما مضى نوعاً من الاستثمار أصبحوا اليوم موارد استهلاكية.

ختاماً أقول: إن أخطر قضية تجابه الأسرة في مجتمعاتنا المعاصرة هي أن الفردية حلت محل الأسرية.

❊ ❊ ❊

وقفات مع اقتصاد الأسرة

الوقفة الأولى: الاقتصاد المنزلي: إن الاقتصاد المنزلي بمجالاته المختلفة من تغذية وملابس وإدارة منزل ورعاية للطفولة يهتم بالأسرة التي هي نواة المجتمع.

ومن أهداف الاقتصاد المنزلي تربية الطفل والمرأة والأسرة مجتمعة تربية إسلامية وغرس المبادئ والقيم الإسلامية السمحة في أذهان وعقول الناشئة.

ولا شك أن الاقتصاد المنزلي له علاقات كبيرة بالاقتصاد الوطني الأم، فإن تعلم الفرد طرق تصنيع الأطعمة وحفظها يساعد على زيادة دخل الأسرة.

إن دراية الفرد باقتصاديات الأسرة ومواردها البشرية والمالية والتخطيط السليم للانفاق يؤثر بدوره على الاقتصاد الوطني، ثم إن تصنيع الملابس للأسرة يعمل بدوره على تقليل المنفق على الملابس، فيزيد دخل الأسرة.

الاقتصاد المنزلي ضروري لمواجهة أعباء الحياة نتيجة زيادة أسعار السلع المختلفة والخدمات، الأمر الذي يتطلب الانتفاع بالموارد المتاحة إلى أقصى حد ممكن وبطريقة سليمة. ومما لا شك فيه أن الأسرة التي تهتم بتخطيط أسلوب حياتها، سوف تحقق أهدافها.

لذا، ينبغي مراعاة إمكانات الأسرة واتباع نظام الانفاق السليم، من حيث عدم زيادة مقدار المنفق على الدخل وتوزيع الدخل قدر الإمكان على أبواب الانفاق. يقول تعالى: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَٰلِكَ قَوَامًا﴾ [الفرقان: ٦٧].

الوقفة الثانية: ميزانية الأسرة: تلعب ربة المنزل دوراً مهماً في إسعاد أسرتها، وذلك بإدارتها الحكيمة لشؤون المنزل وتدبير مصروفاته وصحة أفراده. فالمنزل هو المكان الذي يسعد فيه جميع أفراد الأسرة.

ومن العوامل المساعدة على توفير السعادة في الأسرة، الناحية المادية من حيث تقدير دخل الأسرة وتنظيم ميزانيتها، بحيث توفر جميع حاجات ومتطلبات الأسرة، للمحافظة على صحة الأفراد، وتأمين الملبس والمسكن المريح.

ويا ليت لو اهتمت الأسر بتخصيص مبالغ مالية للتوفير والادخار لوقت الحاجة والطوارئ المفاجئة إذ أن ربة المنزل الواعية هي التي توزع ميزانية الأسرة على الأبواب اللازمة للإنفاق.

لذا، ينبغي وضع ميزانية محكمة للأسرة، تضبط النفقات وتحدد الإيرادات وأوجه الصرف، مع المراقبة الدقيقة لهذه الميزانية.

الوقفة الثالثة: الخطة والتخطيط: كثيراً ما يكون لدى الفرد العديد من الأعمال التي تحتاج إلى إنجاز في وقت محدد، أو يحتاج إلى القيام بعمل لم يسبق له القيام به فيما مضى.

في هذه الحالات وغيرها يكون التخطيط هو الحل، إذ يحدد الخطوات الواجب اتباعها للوصول إلى هدف معين ويحدد الوقت المطلوب لإنجاز هذه الخطوات وعن طريقه يمكن تصور العقبات التي قد تصادفنا، والهدف الذي نريد الوصول إليه.

فالتخطيط هو الخطوة الأولى في العملية الإدارية والخطة هي تصور لبعض الأعمال المستقبلية، وهي مرحلة تسبق أي عمل من الأعمال.

وفي الأسرة ينبغي أن يشترك جميع أفرادها في إدارة شؤونها فمرحلة التخطيط أهم المراحل التي ينبغي إشراك أفراد الأسرة فيها، لمناقشة المشكلات المتوقعة والرغبات المطلوبة، والمفاضلة بين الأهداف المطروحة على ضوء الموارد المتاحة.

إن في ذلك إلى جانب الفوائد الاقتصادية العديدة، تقوية للروابط الأسرية، وتكوين شخصيات فردية ذات مسؤولية عالية وذات تخطيط وتفكير سديد.

الوقفة الرابعة: دراسة السوق: لكي يلعب القطاع الخاص دوراً أكبر فعالية، ولكي يسهم في مسيرة التنمية بشكل أكثر إيجابية، فإن سبيله في ذلك هو رفع مستوى الكفاءة الانتاجية عن طريق الاستفادة من عناصر الإنتاج المتاحة.

ولما كان السوق بمثابة المقياس الفعلي لتحديد مدى كفاءة العملية الانتاجية، فإن دراسة السوق بغية التعرف على نوع المنتج المناسب لفئات المستهلكين يُعدُّ مدخلاً علمياً لازماً لاتخاذ القرارات السليمة المتعلقة بالإنتاج والاستثمار.

وحيث إن تفهم سلوك المستهلك الذي يؤثر على نوع حاجاته ورغباته، يُعدُّ نقطة البدء في أي تخطيط اقتصادي.

فإن الحاجة ماسة لإجراء البحوث والدراسات الهادفة للتعرف على احتياجات ومطالب المستهلكين من أجل تقديم السلعة والخدمة المطلوبة في الوقت والمكان المناسبين، وبالسعر والجودة العالية.

الوقفة الخامسة: عملية الشراء: ليست عملية الشراء سهلة، كما يظن بعض الناس، بل تحتاج إلى تفكير ودراية.

إن قرارات مثل: كم من النقود مع الأسرة معدة للشراء؟ وما نوعية الأطعمة التي تشترى؟ ومن أي الأماكن تشترى الاحتياجات؟ وكيف تخزن هذه الأطعمة؟

إن هذه القرارات تؤثر على أفراد الأسرة، لذا لابد من التفكير العميق والخبرة والمقارنة بين الأماكن والأنواع، ليكون قرار الشراء صائباً حكيماً.

ومن ثم، فأول ما ينبغي مراعاته أثناء عملية الشراء هو عدم الشراء أكثر من الحاجة، أي شراء كميات الغذاء اللازمة فقط، لتجنب التلف لما يزيد عن الحاجة، كما ينبغي الشراء من المحلات النظيفة التي تتبع التعليمات الصحية في العرض والتغليف والبيع.

فقد أدى التقدم التقني والاجتماعي والاقتصادي إلى ظهور الأسواق المركزية التي سهلت للمشتري اختيار وشراء ما يطلبه من الأطعمة بالنوعيات التي يحتاجها وتناسب اقتصادياته.

الوقفة السادسة: الطفل والنقود: إن تجربة الطفل الأولى مع النقود يمكن أن يكون لها أثر انفعالي عميق، ومن الحكمة تدريب الطفل في سن مبكرة من حياته، وفي مستويات الدخل المختلفة على استعمال النقود، والسماح له بالتصرف في نقوده.

فالطفل بطبيعته مفطور على الجمع والتملك والادخار حسب بيئته الاجتماعية، إذ المهم أن تكون المبالغ المعطاة

للطفل مناسبة لسنه، وأن تعطى له بانتظام، مع مراقبة سلوكه في التعامل مع النقود.

كما أن من المهم أن يفهم الطفل أن المال شيء ثمين، ينبغي التعامل معه بشيء من الحرص. فمن الأفضل أن يحصل الطفل على مبلغ ثابت منذ اللحظة التي يحتاج فيها إلى النقود لبعض المصروفات العارضة، إذ أن ذلك يساعد على إدراك قيمةالنقود وكيفية التصرف بها.

ومن المناسب أن تتاح الفرص للطفل للتسوق لشراء ملابسه وألعابه وغذائه، ليدرك أن السلع المختلفة لها أسعار مختلفة، وأن السلعة الواحدة قد تكون لها أسعار متباينة.

علماً بأن كثيراً ما بدأ تعامل الأطفال بالنقود منذ نعومة أظفارهم عند شراء هدية لصديق، أو شراء سلعة نفدت من البيت من المتجر القريب أو شراء الحلوى من المدرسة.

إن وجود القدوة السليمة للأطفال يساعد على سرعة التعلم وغرس العادات والقيم واتجاهات الاستهلاك ومفاهيم ترشيد الاستهلاك وحسن التعامل مع النقود.

الوقفة السابعة: دعوة للاقتصاد: إن على ربة المنزل الواعية أن تكون أول من يحافظ على ميزانية الأسرة، وتحاول الاقتصاد في المصروفات والاعتدال في النفقات.

فقد جاءت مناهي شرعية وتحذيرات إلاهية من الإسراف والتبذير، فقال سبحانه: ﴿ولا تسرفوا...﴾ وقال - عز وجل -: ﴿ولم يسرفوا...﴾ وقال سبحانه: ﴿فلا يسرف ...﴾ وقال تعالى: ﴿ ...ولا تبذر...﴾.

ذلك لأن الله تعالى لا يحب المسرفين، كما أن المبذرين إخوان الشياطين.

إن المستهلك الرشيد هو ذلك المستهلك الذي يراعي مبدأ الرشد والعقلانية والاعتدال في أكله ومشربه وملبسه ومنزله وسيارته وأثاثه، واستخدامه للكهرباء والمياه، حماية لنفسه ولأسرته.

إن المستهلك الرشيد هو الذي يراعي قرارات الشراء والاستهلاك، بحيث تكون في الوقت المناسب وللحاجة المطلوبة ومن المكان المناسب وبالسعر المناسب وبالجودة المطلوبة وبالقدر اللازم والحجم المناسب والنوعية المطلوبة.

والمستهلك الذي يراعي ذلك يمكن أن يحقق الرشادة الاقتصادية والعقلانية الحكيمة من وجهة نظر الاقتصاد المعاصر.

بحيث لا يقع فريسة للتلاعب والاستغلال، ولا ينساق

خلف الإسراف والتبذير ، ولا تتعرض سلعه وبضائعه للكساد والتلف والفساد .

ومن ثم ، فلابد من توفير القدوات الاستهلاكية ، ومراعاة الاقتصاد في النفقات ، والاعتدال في المصروفات ، والترشيد في الاستخدام ، والتقليل من مظاهر الإتلاف .



وقفات مع استهلاك الأسرة

الوقفة الأولى: ترشيد الاستهلاك: إن ترشيد الاستهلاك يُعدُّ من أهم أهداف المجتمعات عامة، فالدول تعمل جاهدة على ترشيد استهلاك مواطنيها وحثهم على تنظيم الاستهلاك الفردي والأسري.

ويتوقف نمط استهلاك الفرد على مدى وعيه بأهداف الدولة وسياستها الاقتصادية، كما يتوقف على نوعية المعلومات والعادات والاتجاهات التي تأصلت لدى الفرد منذ الصغر بالممارسة اليومية.

فلا شك أن التطبيع الاجتماعي للفرد له أثره في تحديد أنماط سلوكه الاستهلاكي، ولهذا كان الاهتمام بمراقبة الفرد وتوجيه سلوكه التوجيه السليم أمراً ضرورياً، حتى يمكنه أن يشارك بنصيب في الجهد والعمل في تنظيم الاستهلاك.

كما يسعى المجتمع لتحقيق أهدافه الوطنية عن طريق تنمية الصفات المطلوبة في المواطن ووسيلته في هذا: التنشئة الاجتماعية.

حيث إن كثيراً من المعلومات والبيانات المتعلقة بترشيد الاستهلاك والمستهلك بالدرجة الأولى وتكوين الاتجاهات السليمة لدى المستهلك ليست فطرية، وإنما هي مكتسبة.

ومن ثم فلابد من دراستها وممارستها وربطها ربطاً صحيحاً بجوانب الحياة اليومية ومتطلباتها .

الوقفة الثانية: عادات الاستهلاك: إن لكل مجتمع من المجتمعات عاداته وتقاليده المتوارثة التي يعتز بها لأنها تحدد معالم شخصيته المتميزة عن باقي المجتمعات .

ومن العادات الغذائية التي يتصف بها المجتمع العربي خاصة ، والتي ينبغي تخليص الأفراد منها ، عادة المبالغة في الشراء وكمية أعداد الطعام .

فقد يكون عدد أفراد الأسرة خمسة والطعام الذي يُعدُّ لهم يكفي لسبعة أو ثمانية أشخاص ، فإلى أين سيذهب هذا الطعام الزائد؟ لابد أنه سوف يُتخلص منه .

إلى جانب ذلك ، هناك عادات خاطئة متبعة في الحفلات والمناسبات والزواج والولائم ، المبالغ المنفقة فيها كنوع من التفاخر الاجتماعي تُعدُّ بذخاً .

بينما الهدي النبوي يوصي بأن المنهج الأسلم في الحياة الاعتدال والبساطة والاقتصاد في النفقات ، ورد عن رسول الله صلى الله عليه وسلم قوله : **«طعام الواحد يكفي الاثنين، وطعام الاثنين يكفي الثلاثة»** وورد عنه عليه السلام قوله : **«خير النساء أيسرهن مؤنة وأقلهن صداقاً»** .

الوقفة الثالثة: أضرار الاستهلاك: من المظاهر المادية للاستهلاك غير الرشيد ومن الصور الظاهرة للإسراف والترف على جسد الإنسان ما يعرف بـ (البطنة)، وهي إعلان صارخ عن وقوع الفرد في دائرة الإسراف والترف المنهي عنه، وعدم وقوفه عند حد الاعتدال المأمور به، في سلوكه الغذائي، حيث استهلك ما لا يحتاج إليه في أداء وظائفه.

وانعكس ذلك على جسمه في شكل (البطنة) وهي عظم البطن واتساع الأمعاء من جراء حشوها بالطعام فوق الحاجة.

ويترتب على البطنة عجز الإنسان عن أداء وظائفه الحيوية بطريقة جيدة، كما يترتب عليها تعرض الجسم لشتى الأمراض.

ولما كانت البطنة مظهراً من مظاهر الإسراف في استهلاك الطعام، فقد كان طبيعاً أن يقف الإسلام منها موقف الإنكار والتنفير والتحذير، للحفاظ على سلامة البدن وحماية له من شرور (البطنة).

يقول عليه السلام: «**ما ملأ ابن آدم وعاءاً شراً من بطنه...**».

وقال صلى الله عليه وسلم لرجل سمين البطن وقد أومأ إلى بطنه بأصبعه: «**لو كان هذا في غير هذا لكان خيراً لك**».

وقد ورد عن عمر بن الخطاب - رضي الله عنه - قوله: «إياكم والبطنة فهي ثقل في الحياة، ونتن في الممات»

الوقفة الرابعة: إعلانات الاستهلاك: إن كثيراً من الناس يشترون طعاماً أو ملابس عن طريق الدعايات والأكاذيب التجارية لمنتجات غذائية متعددة الأنواع.

والحقيقة فإن الأسواق التجارية تروج بضائعها بدعايات وإشاعات وإعلانات مبالغ فيها بكل وسائل الإغراء.

فمثلاً إعلانات عن إنقاص الوزن باستعمال عقار ما يفقد الماء المخزن بالجسم، واستغلال مصانع الأغذية إقبال الناس وإخراج العديد من المستحضرات الغذائية للأسواق وتوزيع عينات مجانية من الغذاء الجديد مع كتيبات تشرح فوائده وعناصره الغذائية وطريقة تقديمه.

إن الإنسان بحاجة إلى الغذاء لتقويم نفسه، مع العناية عند تناولها أن يكون ذلك باعتدال، فالإكثار مضر والإقلال مناسب.

لذا، ينبغي الابتعاد عن الدعايات التجارية والإعلانات المضللة، وكذا ينبغي تعلم أسس الغذاء والتغذية السليمة وعدم الانسياق وراء أقوال وأمثال لا أساس لها من الصحة.

الوقفة الخامسة: أنماط الاستهلاك: درج الاقتصاديون على تصنيف أنماط الاستهلاك وفقاً للبنود الرئيسية، على أن يقسم كل بند إلى أقسام فرعية.

فاستهلاك الطعام مثلاً يضم قائمة بأهم بنود الطعام، كاللحوم والخبز والأرز والمشروبات بأنواعها المتعددة.

وهناك من الإحصاءات الرسمية ما يتبع هذا التصنيف نفسه. وقد تمخضت في هذا المجال عن تصنيف دولي يضم عشرة بنود للاستهلاك هي:

١ - الأغذية.

٢ - المشروبات.

٣ - المواد الخام.

٤ - الوقود المعدني.

٥ - الزيوت.

٦ - المواد الكيميائية.

٧ - البضائع المصنوعة.

٨ - الآلات ومعدات النقل.

٩ - مصنوعات منوعة.

١٠ - معاملات غير مصنعة.

ويتفق الباحثون في مجال الاستهلاك على مبدأ أن الأسرة أو الوحدة المعيشية تشكل خلية استهلاكية واحدة لها مصدر خاص، قد يسهم فيه فرد واحد أو عدة أفراد، وأن جميع المستهلكين فيها هم أعضاء في وحدة استهلاكية واحدة.

الوقفة السادسة: بطاقات الاستهلاك: نظراً لكثرة الاهتمام بالتغذية ورغبة في إيجاد وسيلة لنقل المعلومات الغذائية التي أسفرت عنها الأبحاث التي أجريت في هذا المجال للمستهلك لجأ كثير من الحكومات إلى استخدام ما يُعرف بـ (البطاقة الإرشادية).

والبطاقة الإرشادية هي بيان أو إيضاح أو علامة وصفية سواء أكانت مصورة أو مكتوبة أو ملصقة أو محفورة بعبوة المادة الغذائية.

وتحتوي البطاقة الإرشادية على معلومات مكتوبة تشمل اسم المادة الغذائية، وقائمة المكونات ومحتويات العلبة واسم عنوان صانع أو معبئ المادة الغذائية وتاريخ الإنتاج والصلاحية وبلد التصنيع أو المصدر الأصلي للسلعة.

والهدف من نظام البطاقات الإرشادية هو تثقيف المستهلكين غذائياً، وتشجيع شركات الصناعات الغذائية على رفع المستوى الغذائي لمنتجاتهم، ووضع رقابة على المنتجات الغذائية لحماية المستهلك من الغش التجاري.

إن البطاقة الإرشادية قناة توعوية وإرشادية اقتصادية غذائية جيدة.

الوقفة السابعة: مواقف من الاستهلاك: موقف الإسلام من الاستهلاك تحكمه قيم أساسية وقواعد ثابتة، مضمونها العام إباحة الاستهلاك، وإباحة تحقيق أفضل مستوياته الممكنة.

نؤكد ذلك ابتداءً حتى لا يتصور أحد أن الإسلام يذم الاستهلاك أو يقف في وجه زيادته أو تحسين مستوياته.

ذلك أن معنى الاستهلاك لحق به في حس كثير من الأفراد مفاهيم غير صحيحة مفادها أن الاستهلاك عملية سلبية وسلوك مرذول يرهق اقتصاديات الدول.

وقد ترسب وللأسف هذا الاحساس بسبب ما تسكبه وسائل الإعلام وأجهزته في آذان الناس من دعاية جوفاء تحبب في الانتاج وتدعو إلى زيادته وتحذر من الاستهلاك وتنادي بتقليصه.

على أساس أن الإنتاج يعطي ويضيف ويفيد، وأن الاستهلاك تبديد، وتحطيم، وغير مفيد.

وإذا كانت الأوصاف التي ألصقت بالإنتاج صحيحة، فإن ما ألصق بالإستهلاك خاطئ غير صحيح.

فالاستهلاك ليس شراً محضاً وليس تبديداً أو تحطيماً للسلع والخدمات وإنما هو خير وبناء للأجسام والعقول، فالبشر لا قيام لهم بغيره، والانتاج لا وجود له بغيره.

إن موقف الإسلام من الاستهلاك الرشيد هو إباحته والدعوة إليه وجعله من القيام بالواجبات والتكاليف فريضة لازمة، وجعله فيما هو في حدود ما يمكن الفرد من أداء المسؤوليات أمراً مباحاً، وربما واجباً بشرط الاعتدال فيه ومراعاة القيم المشروعة.



وقفات مع ادخار الأسرة

هل الادخار ظاهرة تقدمية أم أنها من خصائص الدول النامية؟

فقد قيل: لا تقاس ثروة الإنسان بما يكسب ولكن بما يدخره.

والادخار قد يكون آنياً بقصد شراء حاجة تلزمنا، وقد يكون لفترة قصيرة كتأمين سكن أو مشروع سفر أو شراء منزل أو الاستقرار والزواج، وقد يكون لفترة طويلة لضمان المستقبل.

فلو قيل: هل الادخار غاية؟

نقول: طبعاً، لا.

لأن الادخار هو وسيلة للانطلاق لمرحلة جديدة.

ولو قيل: هل الادخار هدف؟

نقول: طبعاً، لا.

لأن الادخار واسطة، الغاية منه قد تكون لضمان الشيخوخة والمستقبل، أو لزيادة الدخل أو رفع المستوى، وقد يكون الادخار لشراء حاجات ضرورية أو لتأمين مستقبل الأولاد، أو مجرد تمضية إجازة ممتعة، لكن الادخار يبقى ضرورة لأن الأمور قد تتطور، وليس من يضمن دوام الحال.

فمن لم يحسب ذهاب نفقته لم يحسب دخله. ومن لم

يحسب دخله فقد أضاع أصله، ومن لم يعرف للغنى قدره فقد أذن بالفقر وطاب نفساً بالذل. إذ مستقبل أي إنسان مرهون بما أعده ونظم شؤونه المالية لتحقيق برنامج حياته.

فلو قيل: من يستطيع أن يدخر؟

نقول: ليس من الضروري أن يكون لدينا ثروة لنبدأ الادخار، فلكل إنسان إمكاناته وطاقاته وحدوده، وعندما يكون ثرياً فلا يعود بحاجة للادخار، كل إنسان وحتى الطفل الصغير يمكنه أن يدخر، وهو في الواقع قد يستفيد من أخطاء أبويه، فهما عندما يشتريان له حصالة يحاولان التعويض عن إهمالهما لأنهما لم يدخرا في حياتهما، فيزعمان أنهما سوف يوجهان أولادهما نحو الادخار.

فلو قيل: متى يبدأ الادخار؟

نقول: اليوم، نعم، فلنقرر اليوم أن ندخر إن كنا لم نقم بذلك حتى الآن، وإن كنا قد أخطأنا في الماضي، فليكن قرارنا حكيماً وصارماً ولنقرر الآن أن نبدأ.

فلو قيل: لمن ندخر؟

نقول: لمستقبلنا ربما؟ ولكن المهم أن ندخر لأنفسنا وأولادنا، ليستمروا في العيش بمستواهم «لئن تذر ورثتك أغنياء خير من أن تذرهم عالة».

فلو قيل: ماهو الادخار، إذن؟!

نقول: إن مفهوم الادخار، كان بالماضي يعني الزراعة، بصورة عامة كما يشير إلى ذلك جعفر الجزار في كتابه (الادخار والاستثمار) وربما كان السبب والكلام للجزار هو في أن الزراعة تعطي إنتاجاً مضاعفاً وأمثالاً متعددة خلال فترة قصيرة، ثم انسحب مفهوم الادخار على كل شيء يمكن ادخاره، معنوياً كان أم مادياً وإن كان غالب إطلاقه على الجانب المادي.

فالحيوان يدخر طعام أولاده في عشه أو حجره أو في جوفه، يدخر لنفسه ليعيش خلال فصل الجفاف، والنبات يدخر خلال فصل الصيف ليبقى ويعيش خلال الشتاء وليسترد حياته في الربيع.

وإذا أردنا أن نتعمق أكثر فبإمكاننا أن نقول إن جسم الإنسان وجسم الحيوان يدخر الغذاء أو المواد الضرورية لبقائه والتي يمتصها من غذائه.

والجمل يدخر الماء والطعام وهو مثال رائع لأسلوب حياتي متفوق، فبإمكانه أن يعيش في الصحراء القاحلة بدون ماء وتحت أشعة الشمس الحارقة عدة أيام مستعيناً بالمواد التي ادخرها وخزنها في سنامه إضافة إلى ما خزنه وادخره في بواطن معدته.

إذن: الادخار هو جمع جزء من الموارد وحفظها لإنفاقها في المستقبل عندما تنخفض أو تنضب الموارد.

وبلغة الاقتصاديين : الادخار اقتطاع نقدي من الدخل بعد الجزء المنفق من هذا الدخل على العملية الاستهلاكية ، وهذا الاقتطاع النقدي قد يوجه للاستثمار أو التوظيف أو الاكتناز .

فلو قيل : ما هو الادخار الإجباري؟

نقول : أهم ما يمكن اعتماده من أساليب الادخار الإجباري هو استباق القرار ، من حيث التنفيذ قبل الاستعداد الكامل فإن بعض التصرفات وإن تبدو متناقضة ، فإن المجتمع الاستهلاكي الذي نعيش في ظلاله ، قد سهلها بحيث أصبح الكثيرون يرون فيها حلولاً سهلة ومقبولة ومفضلة ، والشراء بالتقسيط يأتي بالدرجة الأولى . وخطر التقسيط يتمثل في المبالغة وتضخيم المصروفات ، وعلى القدرة على الوفاء أو الحفاظ على مستوى الرفاه الناتج عن تسهيلات التقسيط .

فلو قيل : ما هو الادخار المثالي؟

نقول : إن استباق القرار والتقسيط مجرد أمثلة عند الادخار ، بدءاً من الفراطة والفتات والادخار الإجباري . فقد يجد بعض الناس أن مجرد التأمين على الحياة أو التأمين المرضي بأقساط مريحة هو ادخار مثالي ومقبول ، ولاشك أن التأمين الصحي يُعدُّ فعلاً من الادخار .

فلو قيل : لماذا ندخر؟

نقول: إنه ووفق إحدى الإحصائيات العملية نجد أن الادخار يكون غالباً للأسباب التالية: لضمان المستقبل والشيخوخة، للمرض والمفاجآت، لتأمين سكن، لشراء حاجيات ضرورية، للزواج، لشراء سيارة، أو منزل، لسداد بعض الديون والمستحقات، لتمضية إجازة ممتعة، لزيادة الدخل، لتحمل تكاليف الدراسة أو إعادة التأهيل، لرعاية مستقبل الأولاد.

فهل لدينا ادخارات كامنة لذلك، وهل ضمنا لأولادنا سلاحاً لا يستطيع أحد أن يأخذه منهم (العلم والتخصص)؟

وهل أمنّا لأنفسنا ولأولادنا دخلاً معقولاً مناسباً، يكفي للمحافظة على مستوى حياة كريمة، إذا ما توقفنا عن العمل الذي نمارسه؟

وهل فكرنا في عائلتنا وأولادنا، من بعدنا، وماذا يكون وضعهم بعد غيابنا، وكيف يتم التنسيق بما تركنا لهم وما سنتركه؟

وإن كانت لنا بعض المدخرات، فهل هي في موضعها الصحيح؟ فليس المهم أن يكون لدينا مال نقدي بقدر ما يكون لنا برنامج ادخاري واستثماري.

والحقيقة، فإن كان الادخار يأتي في الدرجة الثانية بالنسبة

لسكان الدول الصناعية والدول الغنية والدول التي لديها صناديق مساعدة وجمعيات لضمان الشيخوخة وشركات لتأمين الدخل المستقبل، فإن الادخار هو أساسي في الدول التي لم تصل لذلك المستوى والتي تترك الفقير يموت ولا تقوم السلطة ولا الجمعيات بأي جهد أو أي برنامج يضمن مستقبل العجزة.

ومن ثم، فيمكن القول بعد ذلك كله، الادخار هو الحرص المادي، والتبذير هو اللا مبالاة ، فالحرص من ضرورات الحياة، والتروي والاعتدال هو التصرف السليم في كل شيء. وكل تطرف، وكل مغالاة تجعلنا نستنزف طاقاتنا فتضعف إمكاناتنا وتنخفض مستوياتنا وتقصر أعمارنا، وتبدأ نهايتنا، فالادخار بالنسبة للمادة كالوقاية بالنسبة للجسم.

ختاماً أقول: علينا أن نميز بين الاعتدال والاقتصاد والإسراف والادخار من جهة، و بين الكرم والإسراف والتبذير من جهة أخرى.

فإن كانت أوضاعنا تسمح لنا أن نتصرف بكرم وأن نجود بما أنعم الله به علينا، فإن أي تطرف سواء في البخل والشح أو الإسراف والتبذير مرفوض شرعاً وعقلاً، وصدق الله القائل: ﴿إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ﴾ [الإسراء: ٢٧].

❄ ❄ ❄

وقفات مع استثمار الأسرة

المال زينة الحياة الدنيا، وقد أنعم الله سبحانه على الكثيرين في عالمنا العربي والإسلامي بأموال وفيرة تزيد عن حاجتهم، وهم غالباً ما يرغبون أن يعرفوا كيف يحافظون عليها، ويحارون في اختيار السبل لتنميتها.

خاصة وأن الاهتمام باستثمار الأموال قد زاد كثيراً في أيامنا هذه، وشغل الكبير والصغير، فلا يكاد ينعقد مجلس إلا ويتطرق الحديث فيه إلى الاستثمارات.

فنرى بعض الناس يمدحون العقار، ويحضّون عليه وآخرون يرغبون في الأسهم ويزيِّنون شراءها وفئة ثالثة تُطري التحف ولا تجد أكثر ضماناً منها.

فإذا كان هذا هو عصر عدم الاستقرار والثورات فهو أيضاً عصر التطور والمال والأعمال، وهذه أمور كثيرة توجب المحافظة على المال ومعرفة الطريق القويم لتنميته واستثماره.

ومن المعلوم أن اختيار الشخص لاستثمار معين ينبغي أن ينطلق من أمرين:

الأول: المعرفة الوافية لمختلف أنواع الاستثمار وميزات كل منها.

الثاني: الرؤية الواضحة لأهداف الشخص من الاستثمار.

ومعظم الناس يفضلون الاستثمار الذي يضمن لهم أموراً ثلاثة:

أ - المحافظة على رأس مالهم.

ب - تقديم أكبر نسبة ممكنة من الربح.

جـ - إبقاء مالهم في متناول أيديهم ليستعملوه متى شاؤوا.

وواضح أن الاستثمار الذي تجتمع فيه هذه الميزات الثلاث هو الاستثمار المثالي.

بَيْدَ أنه من النادر أن تجتمع سلامة رأس المال مع الدخل المرتفع والسيولة التامة في استثمار واحد.

لذا قيل إن من أهم الشروط المطلوبة لتشجيع الاستثمارات هي الأمان والاطمئنان قبل الربحية. فإذا كان الاستثمار سهلاً في بعض البلدان المتقدمة وبعيداً عن أي من الأخطار في جو من الأمان والاطمئنان وحسن المردود والسرية، فإنه قد يكون في بلاد أخرى معرضاً للخسارة أو المصادرة أو التأميم.

إن الاستثمار في العقار والأراضي وسيلة استثمارية ناجحة، وذلك لأن العقار بأنواعه كان وما زال أحد المقومات الأساسية للثروة، وهو أفضل في مجالات الاستثمار الموجودة.

والمميزات التي تجعل من العقارات استثماراً محموداً ومرغوباً كثيرة، منها:

١ - كون العقار ثابتاً جامداً، وهذا يضفي عليه صفة الدوام.

٢ - أن العقار بدوامه أفضل مأوى أمام موجات التضخم المالي.

٣ - أن العقارات خاصة عندما تستثمر وتؤجر تُدِّرُ دخلاً سنوياً إلى جانب ارتفاع قيمتها.

٤ - أن امتلاك العقار يولد في النفس بهجة.

وغير خافٍ أن النشاط العقاري هو مقياس حرارة الاقتصاد بصورة عامة، وكلما كان التطور العقاري جيداً، كان الاقتصاد أفضل.

بَيْدَ أن قطاع العقار الذي يكاد يكون شبه مضمون الربح، يكن مردوده محدوداً جدا، وبالتالي يمكن اعتباره في نظر بعض الاقتصاديين توظيفاً أكثر منه استثماراً.

إذ موارد العقارات هي أضعف ما يمكن أن يحصل عليه المستثمر، لأنه يتراوح بين ثلاثة إلى عشرة بالمائة في أفضل الاحتمالات.

أما السكن العقاري فإنه يُعدُّ في الدول المتقدمة استثماراً ممتازاً يحمي رأس المال من التضخم، وخاصة عندما تكون قوانين التأجير والاستثمار عادلة، فإن ما يوظفه الشخص في العقار يعطيه دخلاً سنوياً حوالي ٥٪ ويضيف إلى رأسماله نفس نسبة التضخم السنوي إن لم يكن أكثر.

وهكذا نجد أن العقار هو من أحسن الاستثمارات فهو لا يخسر، وفي الوقت نفسه يشكل قاعدة مجمدة لأموال كانت قد ذابت لو لم توظف فيه.

فإن كان الاستثمار في مجال الزراعة يُرمز إليه بـ (أرض وعضلات).

وإذا كان الاستثمار في مجال التجارة يُشار إليه بـ (مرونة ومال).

وإذا كان الاستثمار في مال الصناعة يختصر بكونه (اختصاص وسوق تصريف).

فإن الاستثمار في مجال العقار والأراضي يعني (مال ونفس طويل).

وهكذا فإذا شعر الشخص أن بإمكانه ولوج الاستثمار العقاري، وأنه يملك عناصره الأساسية فعليه البدء بالدراسة وتحديد البرامج ووضع الخطوط الرئيسية للتنفيذ.

أما إذا كان هذا القطاع بعيداً عن إمكاناته وقدراته، فالأفضل له أن يتحاشى المغامرة.

وحسب قول أحد التجار القدامى (إن لم يكن من التجارة إلا الخسارة، فعدم التجارة هي التجارة).

وهذا ينطبق بصورة خاصة عند جمود الأسواق وفي أوقات الأزمات.

فمن المعلوم أن رأس المال جبان، أي أنه يهرب باستمرار وقبل أية معركة، ويسعى للاطمئنان في دول أو مصارف، أثبتت أنها مضمونة من حيث إمكان استرداد المبالغ في أي وقت.

ومن البدهي أن يحسِّن الشخص المستثمر خياراته عندما يتخذ قراراته في التوجه ضمن قطاع معين استثماري أو يختار بلداً أو منطقة معينة، ويتجه نحو أسواقها أو مصارفها، حيث يجد الأمن والاطمئنان والربحية والمحافظة على نقودهم.

ومما تجدر الإشارة إليه أن وسائل الاستثمار وسبل تنمية الأموال عديدة، فهناك الاستثمار الزراعي والاستثمار التجاري والاستثمار الصناعي.

وهناك الاستثمار في مجال الأسهم والسندات، وفي مجال الذهب والفضة، وفي مجال التحف القديمة والأحجار الكريمة والمعادن الثمينة.

ومهما تعددت أنواع الاستثمار ووسائله، فإن المقصود الأول منها كلها هو زيادة رأس المال والمحافظة عليه، والاستثمارات تحقق هذه الأهداف المرسومة لها بدرجات متفاوتة.

فبعض الاستثمارات سائلة كالأسهم تُحوّل إلى عملة نقدية بكل سهولة، ولكن غيرها كالعقار جامد يصعب بيعه، فيطول تحويله إلى النقد.

والفروق بين هذه الأنواع من الاستثمار مهمة، لأنها هي التي تؤثر في اتخاذ قرار الاستثمار، واختيار الوسيلة المناسبة، ولذلك فإن معرفتها ضرورية لكل مستثمر.

إذ الناس متفقون على أن الاستثمار هو الطريق الأكثر ضمانة وسلامة لتنمية المال.

بَيْدَ أننا نلاحظ عند بعض الناس أن الاستثمار عندهم قد أصبح مرضاً مزمناً كالإدمان، فأصحبت حياتهم مقتصرة على عدِّ نقودهم، وتفقد عقاراتهم وملاحظة أسهمهم ورعاية سنداتهم والتفكير في زيادة أموالهم، فتحولوا نتيجة لذلك عبيداً للمال.

إن السعادة هي في القناعة والبعد عن الطمع والجشع وليس في القناطير المقنطرة من الذهب والفضة، لذا قال سبحانه: ﴿وَلا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِن كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ...﴾ وذلك بعد قوله سبحانه: ﴿وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الآخِرَةَ﴾ صدق الله العظيم.

الأسرة وخرافة المالتوسية

يعتبر توماس روبرت مالتوس القسيس الإنجليزي أول من أثار الفزع من احتمال التزايد السكاني بدون حدود، لأن السكان - كما زعم - يزيدون على هيئة متواليات هندسية (٢ ، ٤ ، ٨ ، ١٦ ، ٣٢) بينما لا تزيد الموارد إلا على هيئة متواليات حسابية (١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ ، ٥) ولهذا فإن السكان حسب رأيه سيتضاعفون كل ٢٥ سنة بينما لن تزداد الموارد إلا بنسبة محدودة في هذه الفترة.

وهكذا تزداد الفجوة اتساعاً بين عدد السكان وبين الموارد فلا تعود تكفي، فيؤدي ذلك إلى المجاعات المروعة والأوبئة الفظيعة والحروب المدمرة.

ومن أجل تجنّب الإنسانية هذا المنزلق الخطير فإن عليها أن تتخذ التدابير الوقائية، وذلك بتحديد السكان.

يقول د. محمد بن علي البار في معرض نقده لنظرية مالتوس: إن نظرية مالتوس قد عفى عليها الزمن وأظهر الواقع مصادمتها للحقائق.

ويبدو خطأ نظرية مالتوس على مستويات ثلاثة هي: المستوى العالمي ومستوى العالم الإسلامي، ومستوى العالم العربي.

إذ عانى العالم في الثمانينات من القرن الماضي من تخمة.

بَيْدَ أن جشع الإنسان والحروب المدمرة والثورات الأهلية أنتج ملايين عانت وما زالت تعاني من المجاعة سنوياً.

وفي المقابل، فإن هناك مَنْ يرمي الغذاء الفائض في البحر كل عام، بينما تعاني كثير من الدول من الجوع وسوء التغذية والجفاف، ثم إن الأراضي المزروعة في العالم الإسلامي لا تزيد عن ١٪ من الأراضي الصالحة للزراعة، خاصة أن الأراضي الصالحة للزراعة في العالم الإسلامي تقارب ٢٢٠٠ مليون هكتار.

كما أن العالم الإسلامي يحوي أكبر أنهار العالم (النيل، الفرات، دجلة، جيحون، سيحون..) بَيْدَ أن مياه هذه الأنهار لم تستغل استغلالاً صحيحاً.

إن القضية ليست قضية ثروات، فالعالم العربي يزخر بثروات هائلة، ذلك أن حجم الموارد الطبيعية يُعدُّ كافياً للوفاء باحتياجات الأمة العربية في المستقبل القريب والبعيد، كما أن الموارد المائية السطحية يمكن زيادتها من ١٣٩ مليار متر مكعب إلى ٢٠٢ مليار، بالتحكم فقط في فواقد الأنهار.

ومن ثم، فمن الواضح أن العالم لا يعاني من زيادة مفرطة في السكان، كما تدعي أبواق المالتوسية، بل إن هذا العالم يعاني من نقص في سكانه، وزيادة في موارده وثرواته.

والحل ليس في الحد من السكان، بل في المزيد من العمل وزيادة الإنتاج وترشيد الاستهلاك وإيقاف السفه في إنفاق المال والتوزيع العادل للثروات.

إن خيرات الأرض وفيرة ﴿وَآتَاكُم مِّن كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ وَإِن تَعُدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لا تُحْصُوهَا﴾ [إبراهيم: ٣٤] ﴿نَّحْنُ نَرْزُقُكُمْ وَإِيَّاهُمْ﴾ [الأنعام: ١٥١] ﴿هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الأَرْضَ ذَلُولاً فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ﴾ [الملك: ١٥] صدق الله العظيم.

ثم إن الانتاج الغذائي بلغ حداً من الكثرة جعل بعض الدول تحتار في كيفية التخلص من جبال القمح واللحوم والأجبان وبحيرات الألبان، ثم إن ثروات العالم الإسلامي الغذائية تكفي المسلمين وتفيض لو أحسن استغلالها واستثمارها.

إن أساس المشكلة هو في الأنظمة التي تعيش كالطفيليات تمتص دماء الشعوب متعللة بمشكلة الانفجار السكاني!! وقلة الموارد!!

فتذهب الثروات من الدول الفقيرة إلى الدول الغنية المتقدمة بنظام تستغل فيه الثروات وتذهب الخيرات، لتجعل الغني يزداد غنى، ولكي يتحول الفقير إلى المسغبة والمجاعة.

❋ ❋ ❋

الأسرة وفخ التقسيط

الناس في هذا العالم يبحثون عن الجديد يملأ الأسواق، لكن المشكلة هي أننا بعد كل هذا التطور الحديث في الأدوات نجد أنفسنا مشدودين لكل ما يرد إلى السوق، ونحاول شراءه مهما كلفنا الأمر.

ومن هنا برز دور التقسيط بشركاته ومجالاته المتعددة سواء في مجال العقار أو السيارات أو الأثاث أو الأدوات الكهربائية وحتى الزواج والسفر.

إن بعض المستهلكين يفرح بشراء الجديد بالتقسيط وينسى أنه سيدفع ثمن هذا الفرحة باهظاً إذا لم يستطع التسديد، ولن يشفع له إغراءات الإعلان وتشويق الدعاية.

لقد تحول التقسيط من حلٍّ لمشكلة الحصول على منزل أو سيارة أو علاج أو زواج أو تذكرة سفر إلى دهاليز الترف وحب التباهي والتفاخر، فكانت النتيجة مطالبات قضائية وإفلاس وديون متراكمة.

فماذا يفعل المواطن إن هو احتاج لمبلغ من المال لشراء سيارة أو أثاث أو أرض في الوقت الذي لا يملك فيه ذلك المبلغ، سوى أن يذهب إلى إحدى شركات التقسيط للحصول على

قرض يفي بحاجته، وطبعاً يعود محملاً بنماذج طلبات القروض وقوائم الشروط والضمانات.

وفي البيت يبدأ المستهلك حساباته التي تشاطره مأكله ومشربه، معتمداً على ظاهر الإفادة التي أخذها من شركات التقسيط، ويبدأ في مقارنة العروض والخيارات التي أمامه يستفيد من أي خفض في نسبة العمولة.

أما نسبة العمولة، فحين يسأل المستهلك أحد العاملين في مجال التقسيط عن النسبة يأتي الجواب بكل حنان وصدق (نحن نأخذ ١٠٪ فقط) ومن ثمَّ فلا يملك إلا الدعاء لشركات التقسيط التي يسرت للمحتاجين هذه المبالغ التي لا جور فيها ولا إجحاف ويبقى الظاهر غير الباطن، والقول غير الفعل، والنسبة المعلنة غير الحقيقية.

وحين يريد مستهلك معين قرضاً قدره تسعون ألف ريالاً مثلاً، من إحدى شركات التقسيط يقال له إن النسبة (نسبة العمولة) ١٠٪ في السنة، والتسديد يكون على ثلاث سنوات، فيوافق على ذلك لتبدأ عملية الحساب التي لا ترحم.

النسبة الـ ١٠٪ بالنسبة للقرض تساوي تسعة آلاف ريال في السنة ثم تضرب التسعة في ثلاث سنوات ليكون المجموع سبعة وعشرين ألف ريال.

وهنا مكمن الخطأ والوقيعة ومن ثم الفخ لأن السنة الأولى يفترض عمولتها فعلاً تسعة آلاف، أما السنة الثانية فالعمولة يجب أن تكون ستة آلاف وفي السنة الثالثة ثلاثة آلاف سنة، ومن ثم تصبح العمولة حوالي ثمانية عشر ألفاً وليس سبعة وعشرين.

لقد قامت إحدى الصحف بجولة في مدينة الرياض للتعرف على شركات التقسيط ومحاولة جمع معلومات تقريبية ترصد هذه الظاهرة (ظاهرة التقسيط) وحصلت على مجموعة من النتائج المهمة، منها:

١ - ٥٠٪ من السكان دون سن الثلاثين من المقبلين بشكل مكثف على التقسيط.

٢- نسبة النمو السكاني تصل إلى ٨٪ سنوياً مما يعني تزايد هذه الظاهرة في الأعوام القادمة.

٣- يبلغ حجم الطلبات على التقسيط ما مجموعة ١٠٠٠ طلب شهرياً لدى شركات التقسيط في الرياض فقط.

٤- تتراوح قيمة القرض المقدم إلى المستهلك الواحد في عمليات تأثيث المنزل مثلاً بين ٤٠ - ٧٠ ألف ريال وتصل في بعض الحالات النادرة إلى مليون ونصف مليون ريال.

٥- ٩٥٪ من المتقدمين بطلبات تقسيط هم من موظفي الدولة، حيث لا تقبل بعض الشركات الطلبات المقدمة من أفراد يعملون في شركات أو مؤسسات أهلية.

٦- الحاجة الشديدة إلى شراء سيارة أومنزل أو عقار أو أثاث وما شابه ذلك دعت إلى بروز شركات التقسيط وانتشارها، فلاقت رواجاً كبيراً وإقبالاً متزايداً من الناس.

إن شروط شركات التقسيط تختلف من شركة لأخرى، إلا أن معظمها يشترط إحضار صورة من هوية الكفيل المشتري وتوقيع سند لأمر الشركة بقيمة البضاعة مصدقاً من جهة العمل أو البنك الذي يتعامل معه المشتري والكفيل، إضافة إلى توقيع الكمبيالات من طرف المشتري.

وبعض الشركات تشترط شهادة تعريف من مكان عمل المشتري، وأن لا يقل راتبه عن خمسة آلاف ريال سعودي.

وبالرغم من الحرص الشديد الذي تتبعه شركات التقسيط للحصول على حقوقها من المشترين عن طريق التقسيط، بَيْدَ أن عدد الذين يتهربون عن أو يتأخرون في دفع الأقساط يتزايد كل يوم.

وبالتالي تزيد الإجراءات النظامية والقانونية التي تتخذها

هذه الشركات ضد أولئك العملاء، والمشكلة أن نسبتهم وصلت في إحدى الشركات إلى ٣٠٪ يُبحث عنهم وعن عناوينهم حالياً عن طريق الحقوق المدنية ومكاتب الشرطة.

وتُعدُّ طرق التحصيل العامل المشترك الذي يربط بين جميع شركات التقسيط، فقد اضطرت إحدى الشركات إلى رفع دعاوى ضد عملائها في السوق وما زالت تلاحقهم في المحاكم وأقسام الشرطة.

إن الملفت للأنظار تعدد أشكال سلع التقسيط فهناك الأجهزة المنزلية والسفر والزواج والعقار والأثاث والعقار والأراضي وأجهزة الحواسيب والسيارات، حيث تُعدُّ مثلاً سوق تقسيط الأجهزة المنزلية في السعودية أكبر الأسواق العربية المماثلة، وتحرص شركات التقسيط في السعودية على اتباع أفضل الوسائل وأضمنها لتوفير أكبر عدد من العملاء.

لذا، تدخل جميع الأجهزة المنزلية في إطار البيع بالتقسيط وأهمها: التليفزيونات والمكيفات والأفران والغسالات والثلاجات والمطابخ والأدوات المنزلية وكاميرات الفيديو وما شابه ذلك.

ومع تغير أنماط الحياة تغيرت سلوكيات الناس وتعقدت

تبعاً لذلك خططهم وأفكارهم ولأن الزواج من الآمال التي يتطلع إليها الشباب، فإن الرغبة فيه تجعلهم يفكرون في تكاليفه الكبيرة.

ولأن ظاهرة المهور الغالية تُشكِّل أهم الأسباب التي تدفع إلى طلب الشباب السلف والأقساط لتدبير المبالغ المطلوبة للزواج وتأثيث منزل الزوجية، لذا كان الإقبال على الشركات والجمعيات المهتمة بالزواج كبيرة، وباتت مشروعات الزواج فرصة لبعض الشركات لتستثمر أموالها من خلالها في صورة تقديم قروض للشباب لتجهيز وإعداد عش الزوجية.

ويأتي تقسيط السفر في دول الخليج وفي هذه السنوات في مرتبة متقدمة من اهتمام شركات التقسيط خاصة وأنه يوجد في المملكة أكثر من ثلاثة آلاف وكالة للسفر والسياحة، بما يعني أنه توجد وكالة سياحية لكل خمسة آلاف شخص تقريباً.

في حين أنه توجد وكالة سياحية واحدة لكل خمسة وعشرين ألف شخص في أمريكا مثلاً، والعهدة بالنسبة لهذه الأرقام على الأستاذ داوود الشريان.

ختاماً أقول إن السوق السعودي خاصة وفي ظل هذه الأوضاع في حاجة ماسة إلى مراكز معلومات هدفها التنسيق

بين شركات التقسيط وحماية المستهلكين من فخوخ التقسيط وتبادل المعلومات بين شركات التقسيط ، ومن الأهمية بمكان أن تعتمد هذه المراكز على التطور التقني الحديث والثورة الحاسوبية الجديدة من أجل ربط مركزي بطرفيات متعددة تتاح للمستفيدين في مختلف المناطق .

وأظن أنه قد آن أوان ذلك . . .



الأسرة وترشيد الاستهلاك

ترشيد استهلاك المياه:

إن الماء عنصر أساسي للحياة، شاء الله تعالى أن يكون أصل الحياة ومنشأها، قال تعالى: ﴿وَجَعَلْنَا مِنَ الْمَاءِ كُلَّ شَيْءٍ حَيٍّ أَفَلَا يُؤْمِنُونَ﴾ [الأنبياء: ٣٠] وقال عز وجل: ﴿وَيُنَزِّلُ عَلَيْكُم مِّنَ السَّمَاءِ مَاءً لِّيُطَهِّرَكُم بِهِ﴾ [الأنفال: ١١].

ومن ثم فينبغي المحافظة على هذه النعمة وعدم إهدارها بدون فائدة، وللمحافظة على الماء ينبغي مراعاة:

١- قفل الصنابير جيداً بعد الانتهاء من استعمالها.

٢- إصلاح أي تلف أو عطل مباشر حتى لا يتسبب في فقد كميات كبيرة من الماء.

٣- عدم التبذير في استخدام الماء عند غسل الخضار والفواكه، ومحاولة ملء إناء الخضار وغسلها به.

٤- الاقتصاد قدر الإمكان عند عمليات التنظيف اليومي أو الأسبوعي.

٥- تحذير الأطفال من اللعب في الماء.

إن اقتصاديات المنزل بمجالاتها المختلفة من مياه وتغذية وملابس وإدارة منزل ورعاية للطفولة تهتم بالأسرة التي هي نواة المجتمع، فإن صلحت صلح المجتمع بأكمله.

خاصة أن الحياة في المجتمع المدني الحديث صارت أكثر تعقيداً وتداخلاً.

ترشيد استهلاك الكهرباء:

إن التقدم العلمي أدى إلى زيادة الأجهزة والأدوات الحديثة المستخدمة في المنازل، وهذه الأجهزة والأدوات الحديثة إذا استخدمت بطريقة غير صحيحة فإنها ستؤدي إلى أضرار وأخطار تهدد سلامة الأسرة.

ولذا، ينبغي أن يهتم جميع أفراد الأسرة باتباع القواعد الصحيحة للسلامة والتعليمات الموجودة على الأجهزة، لتوفير الأمان في المنزل.

ولحماية الأسرة من زيادة المصاريف الناتجة من استهلاك الكهرباء ينبغي اتباع الخطوات التالية:

١ - الحرص على عدم ترك الإضاءة ليلاً، والتقليل منها.

٢ - عدم استخدام الإضاءة في النهار.

٣- تعويد الأبناء على التجمع في غرفة المعيشة مجتمعين .

٤- عدم تشغيل الأجهزة الكهربائية لمدة طويلة والحرص على اختصار الوقت والنفقات .

٥- الحرص على قراءة كتيب التعليمات المرفق بالأجهزة الكهربائية .

٦- الاستعانة بقراءة التوصيات الصادرة من هيئة المواصفات والمقاييس .

إن الارتفاع في سعر الكهرباء ، القصد منه ترشيد المستهلك له ، ودفعه إلى عدم الإسراف في استخدام الإضاءة والأجهزة الكهربائية المتعددة والمنتشرة في المنازل .

إن على ربة المنزل أن تكون أول من يحافظ على ميزانية الأسرة وتحاول الاقتصاد في النفقات .

ترشيد استهلاك الغذاء:

اهتم الإنسان منذ القدم بحفظ الأغذية وكان التجفيف هو أول ما استخدم لحفظ الغذاء من الفساد، ويدل على ذلك الآثار القديمة التي اكتشفت ، فقد عمد الإنسان للاستفادة من طاقة الشمس وحركة الهواء الطبيعية في تجفيف الأغذية ، حيث تتوفر الخضر والفواكه بكميات كبيرة أثناء موسم انتاجها ،

مما يستوجب الحفاظ عليها بطرق عديدة، لاستخدامها في وقت ندرتها.

وللمحافظة على الأغذية وترشيد الاستهلاك ينبغي مراعاة:

١ - قيام المستهلك بشراء ما يحتاج إليه من طعام وغذاء بنفسه.

٢ - التخطيط لما يحتاج إليه المستهلك فعلاً من الأغذية وعدم الشراء عشوائياً.

٣ - مقارنة الأسعار بين أكثر من محل أغذية للاستفادة من فروقات السعر.

٤ - عدم التسرع في اختيار الأغذية، بل إن التمهل في الفحص والمقارنة عادة ما يوفر المال.

٥ - شراء الأغذية الطازجة في موسمها.

٦ - التأكد من تاريخ انتهاء الصلاحية لتلافي شراء أطعمة فاسدة.

إن عملية الشراء ليست عملية سهلة كما يظن بعض الناس، بل تحتاج إلى تفكير ودراية عند اتخاذ قرار الشراء.

وأول ما ينبغي مراعاته أثناء عملية الشراء هو عدم الشراء أكثر من الحاجة وشراء كميات الغذاء اللازمة لتجنب التلف والفساد.

ترشيد استهلاك الملابس:

مهما كان ما تنفقه الأسرة سواء كان جزءاً صغيراً أو كبيراً من دخلها على الملبس فهو يتطلب تخطيطاً ومعرفة بالملابس وممارسات الشراء لانشاء دولاب ملابس مناسب لجميع أعضاء الأسرة من خلال ميزانية محددة.

وللاحتفاظ بدولاب ملابس مناسب ينبغي مراعاة:

١- تحديد احتياج كل عضو من الأسرة من الملابس طيلة العام.

٢- تحديد الاحتياجات اللازمة من الملابس الجديدة.

٣- تقدير تكلفة كل نوع من الملابس الجديدة لكي تتناسب التكاليف مع دخل الأسرة.

٤- مقارنة التكاليف التقديرية للملابس الجديدة بميزانية الملابس المسموح بها.

٥- الاستفادة من مواسم التخفيضات، دون الانسياق وراء أي تخفيضات.

٦- الاهتمام بخياطة ملابس الأسرة ذاتياً لتوفير مبالغ نقدية لدخل الأسرة.

٧- حفظ الملابس بطريقة سليمة، وغسلها عند الضرورة.

وينبغي أن تبدأ حماية المستهلك في شراء الملبس بالمستهلكين أنفسهم فينبغي أن تتطور اتجاهاتهم وتنمو نحو معرفة المشتريات والرغبة في الحصول على أحسن نوعية مع أقل كمية بنقودهم. مع أخذ الحذر من العلامات التجارية المقلدة والإعلانات المضللة.

ترشيد استهلاك الأثاث:

إن عملية تأثيث المنزل من الأمور المهمة التي تواجه الأسرة نظراً للمبالغ الضخمة التي تحتاجها، ولكن ببعض الدراسة والحكمة يمكن لربة البيت أن تجعل من بيتها نموذجاً للأناقة دون إرهاق لميزانية الأسرة.

وعند اختيار أثاث المنزل ينبغي مراعاة:

١- الشراء من محلات موثوق بها، وعدم الاستعجال في عملية الشراء، إلا بعد التأكد من جودة الأثاث المختار.

٢- عدم الإنجذاب لضخامة المحلات ذات الديكور الفخم والأثمان المرتفعة.

٣- الاقتصاد في شراء الأثاث واختيار ما تحتاج إليه الأسرة، ولا داعي لأن يكون المنزل معرضاً للمفروشات.

٤- البساطة مع الذوق في تأثيث المنزل واختيار الأثاث.

٥- اختيار الأثاث المناسب لحجم الغرفة المراد تأثيثها .

إن المنزل هو المكان الذي يأوي إليه الأفراد بعد مجهود يوم كامل، فالأب ذهب للعمل، والأبناء للمدارس والأم للعمل.

ومن ثم فجميع أفراد الأسرة في حاجة إلى الجو المناسب والمكان الملائم والذي يمكن توفيره من خلال غرفة الجلوس أو المعيشة بشرط توفير المقاعد المريحة والإضاءة الكافية والمناظر البديعة وبعض الوسائل الترفيهية من أجل سعادة الأسرة.



الاسرة والتنشئة الاستهلاكية

إن العملية المستمرة والتي يتعلم من خلالها الطفل المعارف والمهارات والاتجاهات التي تتناسب مع السلوك الاستهلاكي المتعلق بالحصول على المنتجات أو الخدمات واستهلاكها، تعرف بالتنشئة الاستهلاكية.

دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية:

إن الأطفال يتعلمون السلوك من خلال سلسلة من المواقف، ومعاملة الآخرين لهم، والأماكن التي يحدث فيها السلوك الاستهلاكي، هذه الأمور تُقدِّم الفرصة للطفل كي يتعلم من خلالها السلوك الاستهلاكي السليم والقيم الاستهلاكية الرشيدة.

وتؤثر الأسرة على التنشئة الاستهلاكية لأفرادها من خلال عدة طرق، منها:

١ - تؤثر الأسرة على القدرات المعرفية العامة تلك التي تؤثر على نمو مهارات الأطفال الاستهلاكية.

٢ - يمكن أن تساعد الأسرة على عملية تدريب قدرات الطفل المعرفية في المواقف الاستهلاكية.

٣ - يمكن أن تؤثر الأسرة تأثيراً مباشراً على سلوك أفرادها

الاستهلاكي أو تعليمهم مهارات استهلاكية معينة .

٤ - يمكن أن تؤثر الأسرة تأثيراً غير مباشر من خلال تعليم أفرادها المهارات الاستهلاكية مثل تشجيع الأطفال على اختيار هدايا الأعياد، ومناقشة ميزانية الأسرة أمامهم، واصطحابهم إلى السوق .

ويتعلم الأطفال السلوك الاستهلاكي من خلال عدة وسائل، منها :

١ - سلوك الأم الاستهلاكي .
٢ - تعليم الأم للطفل .
٣ - تفاعل الأمهات مع الأبناء أثناء اتخاذ القرارات الاستهلاكية .
٤ - قيام الأطفال بالسلوك الاستهلاكي .

وقد أظهرت بعض الدراسات وجود علاقة قوية بين المهارات السلوكية للطفل والفرص الممنوحة له، لممارسة عملية الشراء، وأن الطفل لا يتعلم السلوك الاستهلاكي إذا قام بالسلوك الاستهلاكي بمفرده، كما أن سلوك الأم الاستهلاكي والمعلومات الخاصة بهذا السلوك والتي تسعى الأم لتعليمها للطفل، لها تأثير على الطفل في تقييمه للسلعة .

الثقافة الاستهلاكية والتنشئة الاستهلاكية:

إن انتشار الثقافة الاستهلاكية في كثير من الدول، والتركيز على الاستهلاك كهدف في حد ذاته وربطه بأسلوب الحياة، يؤدي بالأفراد إلى تقليد الآخرين، والتأثر بمتغيرات السوق والاتجاه إلى المتع الحسية، والاعتناء بالجسد والمظهر.

وهذه النزعة الاستهلاكية تُعدُّ عاملاً معوِّقاً للتنشئة الاستهلاكية ومن ثم عملية التنمية الاجتماعية.

إذ تنتشر الثقافة الاستهلاكية في المجتمعات الفردية وتبرز الكسب المادي المباشر كعامل أساس في تقدير الأشخاص، وتقارن دائماً بين الإمكانات المادية والطموحات الاستهلاكية، ويؤدي ذلك كله في النهاية إلى اهتزازات عميقة في الشخصية السوية لأفراد المجتمع.

الإعلانات التجارية والتنشئة الاستهلاكية:

لا تؤثر الإعلانات التجارية فقط على تفضيل أطعمة معينة، ولكن يمكن أن تُشكِّل الأفكار والمعارف الغذائية واتجاهات الأطفال نحوها.

وقد أظهرت بعض الدراسات أن الإعلانات لا تُقدِّم معلومات غذائية عن الأطعمة المعروفة، ولكن غالباً ما تشير لأهمية الوجبة على أنها جزء من وجبة متوازنة.

وأشارت كثير من الدراسات والأبحاث إلى دور الإعلانات التليفزيونية في تفضيل لعبة أو منتج غذائي معين، وأشارت كذلك إلى أن الإعلانات ذات تأثير ضئيل في معرفة الطفل لمعنى كلمة العلامة التجارية أو الماركة.

ويلاحظ أن تفضيل الطفل للإعلان ناتج عن جاذبية الإعلان نفسه، فإذا اعتاده الطفل يقل انتباهه له، على الرغم من كون التليفزيون - كما توصلت إليه كثير من الدراسات والأبحاث في نتائجها - يُعدُّ الوسيلة الأولى في الإعلان عن المأكولات الرخيصة والمحببة للطفل.

وفي تحقيق أجري حول الإعلانات التجارية والإسراف كان من أهم نتائجه:

١- الإعلانات تدفع المرأة لشراء المزيد منه.

٢- تشتري المرأة السلعة عادة على سبيل التجريب.

٣- تغري المسابقات العديدة الأطفال على الشراء.

٤- الإعلانات التجارية مسؤولة إلى حد كبير عن اندفاع الناس إلى الإسراف، وخاصة المرأة.

وفي دراسة جامعية بعنوان: (تأثير الإعلانات التجارية في التلفزيون السعودي على الأطفال) إعداد عبد الله سعود المعيقل، كانت النتائج المهمة في هذا المجال على النحو

التالي :

١- يؤدي الإعلان عن سلع تجارية إلى ازدياد معرفة الأطفال بهذه السلع ومكوناتها وفوائدها الغذائية .

٢- يقوم الأطفال بتقليد أطفال الدعاية ، كأن يقتنوا الفرشاة والمعجون من الصنف المعلن عنه ، وتقليد الحركات والرقصات .

٣- أدى الإعلان إلى إقبال الأطفال على سلع دون أخرى ، حسب درجة الاقناع في الدعاية ذاتها .

٤- أخذ الأطفال يرددون العبارات الواردة في الإعلانات التجارية .

أختم بالقول : ينبغي أن نُقدِّم لأفراد أسرنا ولمجتمعنا ولأمتنا التربية الاقتصادية السليمة والقدوة الاستهلاكية الرشيدة ، وأن نتيح لأطفالنا فرصة التسوق والشراء والممارسة الذاتية للاستهلاك تحت بصرنا ، لتكون لهم شخصية مستقلة ولينشئو نشأة استهلاكية صحيحة .



النمط الاستهلاكي للأسرة

المعروف عن الفرد المستهلك أنه لا يتصرف بدخله كفرد اقتصادي، بل كفرد مقلد، وإلى الحد الذي يجعله مرتبطاً بشكل من أشكال الاستهلاك وهو النمط الاستهلاكي.

في عصرنا هذا تغيرت الكثير من المفاهيم وتغيرت معها أطباع الناس وتصرفاتهم وتبع ذلك تغير في النمط الاستهلاكي للأسرة، في نوعه وسرعته ومداه ومؤشراته.

موجه عامة وغامرة تكتسح حياة الأسرة من ألوان الاستهلاك المستحدثة، تحاصر الفرد في طعامه وشرابه وأثاث بيته وطابع مدنيته.

البيت تخلت عنه تقاليده التي كانت تربطه ببيئته وطبيعتها في البناء والأثاث، بل والعادات، وفي الأثاث كان الاتجاه إلى الإنتاج الكمي والنمطي واستيراد الماكينات ومعها التصميمات الأجنبية حتى الخامات التي تستخدم في صناعة الأثاث.

والخبز - ألصق الطعام بالأسرة - تغير نمط استهلاكه، تقول نعمت أحمد فؤاد في كتابها (أزمة الشباب وهموم مصرية) : شاع أكل العيش (الفينو) مع أن خبزنا البلدي صحي

مفيد، وخبزنا الريفي (البتاو) أصح منهما.

وانسحب تغيير النمط الاستهلاكي على الملبس بعد أن عُمرت أسواق الدول النامية بكميات رهيبة من الخيوط الصناعية وملابس مختلفة الأشكال والأنواع والرسومات والألوان الزاهية للاستهواء وأصبحت الأسرة تلبس الألياف الصناعية بعد عزوف أوروبا عنها، إذ أثبتت الدراسات أخطارها على جلد الإنسان.

يقول الدكتور سمير طوبار في كتابه (التضخم في مصر): ((الإسراف والفاقد في ميزانية الأسرة ينشأ عنهما انخفاض في مستوى معيشتها وتضاؤل مدخراتها، ويترك ذلك انعكاسات على زيادة الطلب في السوق ونقص مصادر التمويل، وينتهي بقصور جهاز الانتاج المحلي عن الوفاء بمتطلبات هؤلاء الأفراد واستيراد العديد من السلع..)

إن الاندفاع الاستهلاكي له انعكاسه الواضح على سلوك الأفراد وشدة تطلعهم إلى اقتناء وسائل الحياة المادية الحديثة في الملبس والمسكن والترفيه والحياة حتى أنهم في إنفاقهم يقدمون الكثير من هذه المتطلبات الثانوية على ضرورات الحياة مثل الغذاء أو الصحة.

يقول الدكتور صلاح الدين نامق في بحثه المعنون بـ

(التضخم النقدي وارتفاع الأسعار) : (إن المراجع الاقتصادية في كل من انجلترا وأمريكا ذكرت أن الرغبة القوية من جانب المستهلك في طلب السلع والخدمات والتي تتضمن كذلك رغبته في الاقتراض للإنفاق كانت دائماً عاملاً مؤثراً على الاقتصاد الوطني في تضخم الأسعار منذ نهاية الحرب العالمية الثانية حتى اليوم.

وقد أجرت إحدى الجامعات الأمريكية مؤخراً بحثاً عن الاستهلاك على عينة تمثل مختلف شرائح المجتمع الأمريكي وكان من نتائج هذا البحث :

أولاً : أنه بالإمكان اختصار ما يقرب من ٤٠ - ٥٠٪ من النفقات التي تنفقها كثير من الأسر.

ثانياً : أدلى أفراد عينة البحث برأيٍ قالوا فيه أنهم لا يُقررِّون الشراء في كثير من الأحيان بناء على حاجة حقيقية وإنما بناء على رغبة مطلقة في الشراء وهوس استهلاكي غير مبرّر.

ثالثاً : اتضح أن نسبة كبيرة من الأسر تلجأ إلى الاستدانة والاقتراض بفوائد مرتفعة لتلبية حاجاتها مما يجعلها تدفع المزيد من دخولها كفوائد.

رابعاً : وهو أهم ما توصلت إليه الدراسة هو أن الأسر التي تحظى بانفاق مرتفع تزداد فيها بالمقابل نسب الطلاق

والتصدع الأسري وخلافات الأبوين وكذلك الانتحار.

إن تغير النمط الاستهلاكي ونوعية هذا التغير وسرعته ومداه ومؤشراته هو نتيجة لتغيرات حضارية، ومن ثم فنحن بحاجة إلى استيراد وسائل الإنتاج لا ناتجه من المواد الاستهلاكية، وبحاجة إلى انتاج ما نستهلكه.



ميزانيـــة الأســـرة

إن التوازن بين إيرادات الأسرة ومصروفاتها، من أسس إدارتها واقتصادها ويتطلب هذا الأمر إعداد موازنة أو ميزانية، تتضمن تقدير الإيرادات والنفقات مقدماً لمعرفة الفائض المتوقع وكيفية استثماره، والعجز المتوقع وسبل تدريبه أو معالجته بطريقة رشيدة.

ويتطلب إعداد هذه الميزانية تحديد ثم تقدير عناصر الإيرادات والنفقات ومجالات الاستثمار ومصادر تدبير العجز.

وعليه، فيمكن تحديد المقصود بميزانية الأسرة بأنها (مقابلة بين إيرادات الأسرة ونفقاتها خلال فترة معينة لمعرفة الفائض أو العجز، ودراسة البدائل المتاحة لاستثمار الفائض وتغطية العجز).

وتحقق ميزانية الأسرة العديد من الفوائد، منها :

١- تساعد الميزانية في تقدير إيرادات الأسرة مقدماً، وكذلك النفقات المتوقعة خلال فترة معينة، وبذلك يعرف مقدماً مقدار الفائض أو العجز المتوقع.

٢- تساعد الميزانية في دراسة سبل استثمار الفائض المتوقع الناتج عن زيادة الإيرادات على النفقات والبحث عن

الطريقة المناسبة لاستثماره.

٣- تساعد الميزانية في دراسة سبل تدبير العجز المتوقع في ميزانية الأسرة.

٤- تساعد الميزانية في محاسبة أفراد الأسرة عن النفقات والإيرادات.

٥- تساعد الميزانية في تدريب الأولاد على كيفية إدارة البيت مالياً واقتصادياً قبل زواجهم وذلك تحت إشراف وتوجيه الوالدين.

يقول الدكتور حسين شحاته في كتابه (اقتصاد البيت المسلم في ضوء الشريعة الإسلامية): بعد أن ذكر هذه الفوائد: إن هذه المزايا وغيرها تجعل من فكرة الميزانية من الواجبات حتى لا تحدث مشاكل ناجمة عن سوء أو عدم التقدير والاحتياط للمستقبل، والواقع العملي يعطي لنا نماذج كثيرة كان فيها الخلل بين الإيرادات والنفقات من بين أسباب الخلافات الزوجية...).

وعليه فعند القيام بإعداد الميزانية ينبغي أن نأخذ في الاعتبار مجموعة من القواعد التي تجعل هذه الميزانية فعالة ورشيدة، ومنها:

١- قاعدة المدة الزمنية: بأن يكون لميزانية الأسرة فترة زمنية

تُعدُّ عنها، فقد تكون شهرية أو ربع سنوية أو سنوية.

٢- قاعدة التوازن: بين الإيردات والنفقات بقدر الاستطاعة، لتخطيط النفقات في ضوء الإيردات المتوقعة.

٣- قاعدة الواقعية: عند تقدير إيرادات ونفقات الأسرة، بأن يكون ذلك في ضوء الواقع الذي تعايشه الأسرة.

٤- قاعدة المشاورة: بين أفراد الأسرة عند إعداد ميزانية الأسرة، إذ تعطي الشورى حافزاً معنوياً لكل أفراد الأسرة.

يقول الدكتور حسين شحاته في كتابه السابق: (لو التزام البيت المسلم بالقواعد السابقة في إعداد ميزانيته لصلح حاله واستقام وتجنب المشاكل المالية...)

وتتمثل عناصر ميزانية الأسرة في أربعة بنود رئيسية وهي:

أولاً: بند الإيرادات: ومنها:

١- الإيرادات الأساسية مثل: الأجور والرواتب الدورية.

٢- الإيرادات المساعدة مثل: الحوافز والمكافآت.

٣- إيرادات أخرى مثل: الإعانات والهبات.

ثانياً: بند النفقات: ومنها:

١- النفقات الأصلية مثل: نفقات حفظ النفس كنفقات المأكل والمشرب والملبس والمسكن والصحة، ونفقات حفظ

الدين وحفظ العقل وحفظ العرض وحفظ المال .

٢- النفقات الواجبة مثل : النفقات على الزوجة والأولاد، والزكاة الواجبة .

٣- النفقات التطوعية مثل : الصدقات التطوعية والقرض الحسن .

٤- النفقات الكمالية التحسينية مثل : نفقات الولائم والحفلات .

ثالثاً: بند الفائض النقدي: الناتج عن زيادة الإيرادات على النفقات ، ومن سبل استثماره :

١ - استثماره ذاتياً في مشروعات فردية .

٢ - استثماره مرابحة أو مضاربة جماعية .

٣- استثماره في المصارف الإسلامية من خلال صيغ الاستثمار الشرعية .

رابعاً: بند العجز النقدي:

الناتج عن زيادة النفقات على الإيرادات ومن سبل تغطيته :

١- تغطية العجز عن طريق القرض الحسن .

٢- تغطية العجز من المدخرات .

وينبغي أن يحذر من الاقتراض بالربا ، أو الإنفاق في مجالات فيها معصية لله .

إن فكرة الميزانية ليست جديدة ، ولكنها ذكرت في القرآن

الكريم في قصة يوسف عليه السلام، حيث طبقت موازنة أو ميزانية الدولة، من خلال موازنة إنتاج القمح في سنوات السبع الرخاء، واستهلاكه في سنوات السبع العجاف الشداد، كما طبقت في بيت مال المسلمين في موازنة الموارد والاستخدامات، وموازنة نفقات الغزوات وما تتطلبه من إيرادات وسبل تدبير العجز إن وجد.

أختم بقولي إن ميزانية الأسرة تُعدُّ من أهم الوسائل المساعدة على تقدير الإيرادات والنفقات مسبقاً، ومعرفة العجز وسبل تدبيره وتغطيته، ومعرفة الفائض وسبل استثماره وتنميته، وصولاً إلى ميزانية للأسرة مبنية على أسس رشيدة.



الفصل الرابع

مشكلات اقتصاديات أسرية

العقلية الاستهلاكية

لاشك أن للمال سحراً وجاذبية قوية في نفوس البشر، تجعلهم ينشدون إليه ويسيرون باتجاهه، متصورين أن المال سيحقِّق لهم كل طموحاتهم.

وهذا التصور يُعدُّ أحد أسباب نشوء العقلية الاستهلاكية، ووجود الثقافة الاستهلاكية في المجتمعات المعاصرة.

فقد انتشرت العقلية الاستهلاكية لدى أفراد المجتمعات المعاصرة نتيجة حالة الترف التي يعيشها بعض الأفراد، أو نتيجة استيراد التقنية غير الملائمة التي شجعت في الإنسان الميل للراحة والدعة والاستسلام للحياة المرفهة الناعمة، حيث وفرت لأفراد المجتمع وسائل الرفاهية والنعيم وأنواع الطيبات والملذات وأصناف السلع الاستهلاكية.

إن أكثر ما يشغل العقلية الاستهلاكية هو توفير الاحتياجات المادية، واقتناء كل ما يستجد عرضه في الأسواق وعلى صفحات الإعلانات والجرائد اليومية.

كما أنها لا تكترث بإتلاف ورمي الزائد عن حاجتها. إن ركيزة الانحدار عند الأمم والحضارات هو طغيان المادة وديمومة القيم المادية وتركز عقلية الاستهلاكية السلبية في كيانها.

وتبرز فوضى الاستهلاك ـ المركوزة في العقلية الاستهلاكية ـ بوضوح، حينما تبدأ الزوجة بعرض نفقاتها لتكون نفقات من السلع والمواد الغذائية التي تبتلع الدخل الشهري حتى آخر ريال فيه.

وللأسف فإن عدوى التبذير تنتقل إلى الأطفال، فينمو معهم انعدام الحس بقيمة الأشياء فلا يحافظون بالتالي على ألعابهم أو كتبهم أو دفاترهم.

وفي ظل ذلك لا يعود الأمر قضية وقتية حالية، بل مسألة تمتد إلى المستقبل ولا يعود التبذير والإسراف والترف أموراً تقتصر على الأسرة فقط، بل تصل إلى مستوى الوطن.

ومن ثم، فعلينا أن نحذر هذه العقلية الاستهلاكية المدمرة لكل قيمة رشيدة، وكل فضيلة حميدة، فآثارها السيئة ومشكلاتها الضارة وأبعادها المتعددة أوضح وأكثر من أن تحصر.

إن علينا جميعاً أفراداً وجماعات أن نحذر من خطر العقلية الاستهلاكية في المجتمعات الأسرية.

❋ ❋ ❋

سلوكيات اقتصادية خاطئة

إن هناك سلوكيات اقتصادية بدأت في الظهور والانتشار في المجتمعات المعاصرة تمثل عبئاً اقتصاديا لها آثار ضارة على الاقتصاد الأسري وكذلك الاقتصاد الوطني فضلاً عن اقتصاد المجتمعات.

فما زلنا نجد عند أغلب الأسر حتى ذات الدخل المحدود تصرفات لا مبرِّر لها سوى العادات والهوى والتقليد والمباهاة، خدماً ومربيات وسائقين مستوردين من الخارج، واحتفالات مكلفة، وملابس للنساء والأطفال بأسعار مرتفعة جداً، وبنوداً استهلاكية أخرى تثقل كاهل ميزانية الأسرة، وما ذاك إلا لتلبية دواعي الاستعراض الاجتماعي وحب الظهور.

كما أن تخمة الاستهلاك وعادة الصرف والانفاق غير الموجه من العادات السيئة التي أدت إليها ظروف الحياة الجديدة.

وقد ساعد على انتشار تلك السلوكيات والعادات، وبروز العقلية الاستهلاكية المدمرة وانتشار الثقافة الاستهلاكية الخاطئة عوامل عديدة منها: إغراق السوق بصنوف الكماليات والإعلان عنها بطريقة مثيرة، وكذا انخفاض الوعي الاستهلاكي لدى أفراد المجتمع، وعدم توجيه أفراد المجتمع بشكل مباشر.

ومن المعلوم، أن أوجه الصرف الباذخ ينبغي على الأفراد والأسر والمجتمعات إعادة النظر فيها والتخلص من الأنماط البذخية والاستهلاكية المفرطة ومظاهر المباهاة والتعالي المتمثلة في مناسبات الأعراس والولائم والمآتم.

فمن المعروف اقتصادياً في كل دول العالم بأن أنسب وسيلة لتقريب القرارات الاستهلاكية للأفراد هو الرشد الاقتصادي المتمثل في الأسعار، بحيث تكون لهذه الأسعار فعالية في التخلص من الاستهلاك التبذيري أو لأغراض التفاخر.

إن ضوابط السلوك الاستهلاكي السليم تؤدي بصورة مباشرة للحد من آثار تلك السلوكيات والعادات الاقتصادية الخاطئة، وتحقق للمجتمع مزيداً من النمو والرفاه والاستقرار.



ظواهر سلوكية استهلاكية

يسود عالم اليوم بكافة دولة، متقدمة كانت أو نامية، ظواهر سلوكية استهلاكية عديدة، جعلت من الإنسان المعاصر مجرد آلة أو أداة استهلاكية، لاهمَّ له إلا أن يقتل نفسه جهداً ليزيد دخله ويحصل على ما يشتري به من أدوات استهلاكية مادية غير ضرورية، فرضتها على تفكيره وسائل الإعلام وفنون الإعلان، بزعم أنها مقاييس المكانة الاجتماعية ومصادر للهناء الفردي، ومن ذلك:

أولاً: ظاهرة المجتمع الاستهلاكي: والمجتمع الاستهلاكي مجتمع يسوده المال من حيث يلهث فيه المرء وراء الكسب ليتمكن من استهلاك أوفر ورفاهية أفضل، ومن حيث إن حركة الاستهلاك هذه موجهة بالفعل ومخطط لها بشكل مدروس ومبرمج.

وللأسف فإن العالم الاسلامي قد تحول إلى مجتمع استهلاكي تسوده تطلعات عارمة للثراء الفاحش على حساب كثير من القيم الدينية والاجتماعية والإنسانية.

لقد فهم العالم المتقدم الصناعي أوضاعنا الدينية والاقتصادية والاجتماعية قبل غزوه لنا بفكرة المجتمع الاستهلاكي.

فمن الملاحظ أن العالم الغربي ومن خلال تبنيه لمبدأ حرية

المستهلك، حريته في اختيار ما يشاء من السلع والخدمات، وحريته في توزيع دخله بين تلك السلع والخدمات، قد أكسب مجتمعه عادات استهلاكية سيئة نقلها إلى مجتمعنا الإسلامي المعاصر بوسائل عديدة ومن خلال وسائط مميزة.

ثانياً: ظاهرة الشراء النزوي: والشراء النزوي هو شراء سلع لم تكن في ذهن المشتري قبل دخول المتجر أو السوق.

وقد أصبح هذا النوع من الشراء عادة استهلاكية وظاهرة سلوكية نتيجة لحدوثها باستمرار خاصة بعد انتشار المتاجر التي تعرض السلع بشكل جيد وجذاب، وتستخدم أسلوب الخدمة الذاتية.

إن هناك العديد من الدراسات التي أثبتت أن ٦٠٪ من قراراتنا قرارات نزوية.

ثالثاً: ظاهرة حمّى الشراء: إن الإدمان على الشراء لا يقل خطراً ودماراً نفسياً عن خطر الإدمان على الكحول والمخدرات.

جاء في بعض التحقيقات الصحفية ما يلي:

تقول إحداهن: أنزل إلى السوق وليس لدي نية للشراء، فخطرت على بالي أشياء فاشتريتها، وتقول أخرى: إننا نستسلم للإغراء، فنشتري ما لا نحتاج إليه، وتقول ثالثة دائماً ما أشتري

أشياء زائدة عن حاجتي، وتقول إحدى النساء: إن السبب الرئيس الذي يكون وراء دفع النساء إلى الإفراط في إنفاق المال هو السعي الدائم منها من أجل الحصول على إحساسها بالرضا.

لقد باتت حمّى الشراء والتسوّق تستشري كثيراً، لأن ضغوط الشراء الدعائية والتسابق من أجل رفع مستوى المعيشة وتسهيلات البيع وأسلوب العرض تتحكم في الإنسان، وقد أوقعت بأسر كثيرة في شباك هذا الهوس.

رابعاً: ظاهرة الاستهلاك التبذيري: حيث تنتشر هذه الظاهرة في بعض المجتمعات على شكل إسراف في الانفاق على سلع ترفيه وكمالية.

وعادة ما يكون هذا النوع من الإنفاق والتبذير مقترناً بمستويات عالية من الدخول.

إن الاستهلاك التبذيري إنفاق على سلع غير ضرورية وفي مناسبات غير ضرورية، يشوبه الإسراف والترف بقصد حب التباهي والظهور وتعويض نقص اجتماعي معين.

كما أن الاستهلاك التبذيري يُعدُّ استنزافاً للموارد والدخول، إذ هو انفاق بدون عائد.

ويُعدُّ من جهة أخرى استهلاكاً غير ضروري يدخل في إطار إهدار الثروة.

وخطورة هذه الظاهرة أنها بدأت في الانتقال إلى ذوي الدخول المحدودة غير المدركين لحجم مخاطر هذا الاستهلاك.



عادات شرائية خاطئة

من أهم مظاهر الضياع في الموارد الاستهلاكية الخسارة الاقتصادية الناجمة عن الجهل والخرافة في شراء الضروريات.

فالعادات الشرائية تميل لأن تكون ثابتة مهما كانت خاطئة، وغالباً ما يقوم استهلاك الفرد على أساس عشوائي مرتجل لا على أساس رشيد، إذ هو يستند على عادات شرائية غالباً ما تكون خاطئة ويستمر الفرد في أدائها لأنه وجدها هكذا أو بدافع التقليد للآخرين.

ومن أوضح الأمثلة للعادات الشرائية الخاطئة: أن الناس يشترون التفاح للونه الأحمر وليس لقيمته الغذائية، كما يفضلون الخبز الأبيض على الخبز الأسمر وهو الأفضل من الوجهة الغذائية.

إننا إذا استطعنا تعليم المستهلك الأصناف التي تعطي قيمة غذائية أفضل وبأقل نفقة، فإننا نوفِّر الكثير من العمل الإنتاجي.

إن الإعلان يُعدُّ مسؤولاً إلى حد كبير عن تكوين مثل هذه العادات الشرائية الخاطئة.

فقد يعمد المعلنون إلى تشكيك الناس في سلع قديمة لينصرفوا عنها إلى شراء سلع جديدة، وهذا يمثل ضياعاً في الموارد الاستهلاكية.

ومن خلال دراسات وتحقيقات عديدة تبيَّن أن الإعلانات التجارية تمارس دوراً كبيراً في خداع المستهلك وفي دفعه إلى المزيد من الشراء لأشياء كثيرة لا حاجة به إليها فعلاً، وهذا هو الإسراف بعينه.

بل وتمارس الإعلانات دوراً كبيراً في تغليب البواعث الوجدانية مثل التقليد وحب التميّز والزّهو والطموح والدهشة على البواعث العقلانية.

فقي دراسة علمية أجريت على سلوك المستهلك السعودي تبين أن ٤٠-٦٠٪ من دخل الأسرة ينفق على الغذاء، و١٥-٢٠٪ على الكساء، ومثلها على الترفيه والعلاج والسياحة، و ٥ - ١٠٪ على التأثيث ومثلها على الأجهزة الكهربائية، و ٥ - ١٥٪ على التعليم ومثلها على السكن، ومثلها كمدخرات.

إننا في حاجة عاجلة لتصحيح عاداتنا الشرائية الخاطئة، وترشيد أنماطنا الاستهلاكية وتقويم أوضاعنا الاقتصادية، لتكون أكثر عقلانية وواقعية....



شهوة الشراء عند المرأة

جاء في كتاب (إلى مؤمنة - أحاديث لا تنقصها الصراحة) للأستاذ محمد رشيد العويد : تنشأ المشكلات الزوجية بسبب رغبة قوية في نفس الزوجة بالشراء، شراء ما تحتاجه وما لا تحتاجه، فأمتع وقت لديها هو الذي تمضيه في السوق تنتقل من محل إلى آخر.

إنه إدمان الشراء شهوة عارمة للشراء والمزيد منه.

وقد أشارت باتريشيا روبرتس لخطر هذه الشهوة بقولها : إن الإدمان على الشراء لا يقل خطراً ودماراً نفسياً عن خطر الإدمان على الكحول أو المخدرات.

ويمكن أن يكون الإدمان على الشراء ردة فعل للكآبة والتوتر النفسي وحالات القلق، فيجد المرء المتنفس الوحيد له في الإغراق بالشراء، فقد يشتري سلعاً ليس في حاجة لها.

ثم إن المدمن على الشراء يعاني نوعاً من الندم أو تأنيب الضمير، لأنه يندم بعد الشراء، كما أن المدمن على الشراء كثيراً ما يعاهد نفسه ألا يفعل ذلك.

ومما يلاحظ أن الإدمان على الشراء ينتشر كثيراً بين الناس غير السعداء في حياتهم الزوجية. وهم يجدون فيه عملية هروب من وضع غير مريح. وللأسف، فإنه نتيجة للإدمان

على الشراء فإن المدمن على ذلك يصاب بنوع من الاستهتار بالالتزامات، وربما يكون عرضة لمشاكل الديون والأقساط.

ومن النصائح الموجهة في هذا المجال:

١- ضرورة تذكُّر ملايين المسلمين والمسلمات الذين يفتقدون الحاجات الأساسية، كما يفتقدون السكن المريح والطعام الوفير والثوب الدافئ.

٢- ضرورة تقدير الزوجة لما يبذله زوجها من جهود وعمل لقاء الحصول على الأموال اللازمة والتي ينفق أجزاء منها على شراء الاحتياجات والسلع الضرورية للأسرة.

٣- أهمية معرفة أن المعيشة الهانئة والسعيدة وسعة العيش قد لا يدوم ذلك كله، وقد تمر بالأسرة أيام صعبة يحتاجون معها إلى كل ما أنفق دون حساب.

٤- ضرورة توفير مبالغ كافية لتنشئة الأطفال وتحقيق الحياة الكريمة لهم، مصداقاً لحديث رسول الله صلى الله عليه وسلم «**لأن تذر ورثتك أغنياء خير من أن تذرهم عالة يتكففون الناس**».

ورحم الله الفاروق - رضي الله عنه - القائل لرجل من أصحابه اشترى لحماً: (ما هذا؟) قال: لحم اشتهيته فاشتريته، فرد عمر - رضي الله عنه - قائلاً: (أكلما اشتهيت اشتريت؟).

❋ ❋ ❋

مشكلة الإسراف في استهلاك الطعام

إن الإسراف مشكلة متعددة الجوانب والأشكال، في مجال الغذاء واللباس والأثاث والسيارات والسلع والخدمات.

ثم إن الإنسان إذا أكثر من الطعام، لم يستطع له هضماً، حيث يصاب بالتخمة وعسر الهضم، وقد يحدث أن تصاب المعدة فيفقد المرء شهيته للأكل وإن تناول طعاماً لم يستطع له هضماً فقد يصاب نيتجة لذلك بالإسهال أو الإمساك كما أن الإسراف في الطعام يؤدي إلى البدانة، ومن ثم يتعرض الإنسان لأمراض القلب وارتفاع الضغط وأمراض الكلي والسكر.

ولا تقتصر مشكلة الإسراف في الطعام على استهلاكه، بل تمتد لتشمل بعض السلوكيات المرتبطة به.

وفي هذا الصدد تشير بعض الدراسات التي أجريت في بعض الدول الخليجية إلى أن ما يُلقى ويتلف من مواد غذائية ويوضع في صناديق القمامة كبير إلى الحد الذي قد تبلغ نسبته في بعض الحالات ٤٥٪ من حجم القمامة.

وفي مدينة الرياض أظهرت دراسة أعدتها أمانة الرياض عن نفايات المدينة، أن كمية النفايات اليومية لكل فرد من نفايات المواد الغذائية تبلغ أكثر من ١٠٦٠ جراماً.

والملاحظ في دول الخليج العربي أن كمية المواد الغذائية

التي تلقى في القمامة كبيرة جداً بالمقارنة مع غيرها من دول العالم.

كما يلاحظ اليوم أن الدنيا عند كثير من الناس أصبحت أكبر همهم ومبلغ علمهم فأصبح الطعام لهم هدفاً لا وسيلة، فتراهم يبحثون في الأسواق عن أنواع الطعام ويسرفون في قضاء أوقاتهم في المحلات التجارية والأسواق يشترون ما استجد صناعته واختلف نوعه ولونه.

إن الهدي النبوي ينص على القاعدة الذهبية التالية: «**ما ملأ آدمي وعاءً قط شراً من بطنه، بحسب ابن آدم لقيمات يقمن صلبه، فإن كان لابد فاعلاً، فثلث لطعامه، وثلث لشرابه، وثلث لنفسه**».

قال ابن قيم الجوزية - رحمه الله - في تعليقه على هذا الحديث: إن مراتب الغذاء ثلاثة: وإحداها مرتبة الحاجة، والثانية مرتبة الكفاية والثالثة مرتبة الفضلة.

إن الأولى والأجدر بنا أن نرعى نعم الله ونؤدي حق شكرها، ونستهلكها على الوجه المفيد النافع دون مبالغة أو إسراف.



هوس الشراء والتسوق

ذات يوم أوقف الفاروق عمر بن الخطاب - رضي الله عنه - ابنه عبد الله (وقيل جابر بن عبد الله) - رضي الله عنهم - وسأله: إلى أين أنت ذاهب؟ فقال عبد الله: للسوق. فقال الفاروق له: لماذا؟ فأجاب لأشتري لحما، وبرّر ذلك الشراء بأنه اشتهى لحماً فخرج للسوق ليشتري بعضاً منه، فقال له الفاروق، أكلما اشتهيت شيئاً اشتريته؟

إنها حكمة اقتصادية خالدة، وقاعدة استهلاكية رشيدة، خاصة ونحن نشهد في أيامنا هذه سباقاً محموماً يترافق معه أساليب تسويقية جديدة، وأساليب إعلانية مثيرة، ووسائل إعلامية جذابة، ودعايات كثيفة من أجل الشراء والمزيد منه.

وقد تبيَّن من خلال تحقيقات عديدة أن شريحة واسعة من الناس تشتري مالا تحتاج، وتستهلك من المنتجات والسلع أكثر من اللازم.

يقول وليام بن: إن ما ننفقه على أغراض الزينة الزائفة يكفي لكساء جميع العراة بالعالم.

وهكذا أصبحت حياتنا المترفة تملأ البطون بما لذ وطاب وتغذي الأرواح بأشياء فارغة وفاسدة، فكم هو سخف الإنسان الذي يتظاهر دوماً بالذكاء والمعرفة.

يقول سمايل: إن الحياة السهلة المترفة لا تدرِّب الرجال على بذل الجهد أو مواجهة الصعاب ولا توقظ فيهم تلك المقدرة اللازمة للجهد الفعال في الحياة.

بعض الرجال يعتبر اهتمام النساء الزائد بالموضات وبضرورة التجاوب معها بأنه انعكاس لعدم تحلِّيهن بقدر كافٍ من المعقولية في التفكير.

يقول على غلوم: الشائع بيننا أن المرأة أكثر إسرافاً من الرجل، سواء في ملبسها أو انفاقها، ولكن هناك من الرجال مَنْ هم أكثر إسرافاً في أموالهم وسلوكهم ومقتنياتهم، فالأمر نسبي ويرتبط بحجم ما يتوافر لدى الفرد من مغريات نحو الإسراف.

وتقول صباح المالكي في معرض حديثها عن الإسراف: من أسباب الإسراف حاجة المرأة لتملك بعض الأشياء التي ترى أنها في حاجة إليها لتجميل منزلها أو لإضفاء البهجة على الأسرة والأبناء بوجه خاص من ألعاب وملابس واحتياجات.

وتؤدي الأنانية والنفعية الشخصية في كثير من الأسر والمجتمعات إلى الإسراف في استغلال مصادر الدخل.

ومن ثم، ظهر على الساحة هوس تسوّقي غريب وإدمان شرائي كبير، وحمّى استهلاكية عجيبة، يؤجِّج ذلك كله

إعلانات مثيرة ودعايات جذابة ومسابقات مغرية وحوافز مشجِّعة .

وأكثر الإعلانات أثراً هي تلك التي يمكن إعادتها بصيغٍ متعددة، وفي أماكن يمكن رؤيتها من قبل أعداد كبيرة من الناس كبرامج التلفزيون المحبَّبة للمشاهدين والصحف والأسواق المركزية .

تقول فوزية خليل - في معرض مشاركتها في تحقيق حول (هوس التسوق عند المرأة) : إن هوس التسوق عادة ما يكون انفعالياً، ويمثل عند المرأة طريقة تعويض عن معاناة عاطفية، أو نتيجة حرمان أو قلق أو تعاسة زوجية أو قلة حنان، وقد يكون هذا الهوس التسوقي عند النساء أكثر شيوعاً .

وفي التحقيق نفسه تقول بدرية المطيري : هناك من النساء مَنْ يشترين أغراضا ليست ضرورية ولا في حدود إمكانياتهن ويدفعن بالرجال إلى دفع الكثير من أجل إرضاء رغباتهن الجنونية .

ومن أهم نتائج تحقيق أجري حول الإعلانات التجارية والإسراف : الإعلانات تدفع المرأة للشراء والمزيد منه، كما أن المرأة تشتري السلعة عادة على سبيل التجريب نتيجة الإعلان عنها .

والمسابقات العديدة تغري الأطفال بالشراء بكثافة، ووصل التحقيق إلى نتيجة مهمة: الإعلانات التجارية مسؤولة إلى حد كبير في دفع الناس إلى الإسراف وخاصة المرأة، جرياً وراء التفاخر والمباهاة أو حباً للاستطلاع أو رغبة في التقليد.

إن عادة التقليد بين الناس لا تقتصر على قطر من الأقطار أو جنس من الأجناس، بل إنها عادة عالمية يصعب تغييرها.

إن النفس البشرية نفس لا تشبع، وفي الوقت نفسه لا تقنع، فهي متطلعة لكل نوع، متشوقة لكل شكل، فضولية لكل لون.

نعوذ بالله من عين لا تدمع، ومن قلب لا يخشع، ومن نفس لا تقنع، ومن بطن لا يشبع، ومن دعاء لا يستجاب له.

والتخمة، السمنة، السرف، التبذير، الترف، التبديد، الاستنزاف، تلال النفايات والقمامة، الثنائيات الاجتماعية الترهل، اللامبالاة، وكفر النعمة.. ما هذه إلا بعض آثار لاشك أنها تتولد من السلوك الشرائي غير المنضبط، ومن الإدمان الاستهلاكي غير المتزن ومن الانفاق البذخي غير الرشيد.

إن صناديق القمامة تشهد أكياساً من الزبالة وألواناً من النفايات المنزلية أشبه بالتلال نتيجة الاستهلاك المنزلي الشره، وصدق مَنْ قال إن الاستهلاك هو طوفان التلوث القادم.

فإذا أضفنا إلى ما سبق شيوع أخلاقيات الأنا والحسد والجشع والمباهاة والتقليد وكسر قلوب الفقراء والمساكين والمحتاجين واختلال الميزانيات الأسرية والاستدانة، فإن هذا كله يستلزم أن نقف في وجه الوحش الاستهلاكي والغول الشرائي والإدمان الانفاقي والهوس التسوقي من أجل أن نغلق وبشكل نهائي الملف الأسود للاستهلاك في كل بيت، وعند كل أسرة وداخل كل مجتمع، وفي أي دولة.

إننا لو جمعنا كل ما ينفق على الأمور التافهة في صندوق موحّد، ثم أنفق هذا على إزالة أسباب المأساة من حياة الكثيرين، لصلحت الأرض وطاب العيش فيها.

وإذا تمثلت أعمالنا بالتدبير وحسن التصرف فإننا نستطيع التخلص من النقيضين وهما الافراط في الإنفاق والاستهلاك وحالات العوز والفقر. إذ يمكن للأول سدّ حاجات الثاني، بحيث يقترب النقيضان إلى معدل معقول.

إننا نرحب بالمعلومات الجيدة التي يجري تفسيرها بتعقل ولكننا لا نريد من أطبائنا الاقتصاديين إخفاء الحقائق عن المريض.

أيها المستهلك إسع لأن تكون سعيداً لا ثرياً، ففي السعادة قناعة لا يوفرها الثراء، وإن أردت السعادة وجّه اهتمامك إلى

قضاء حاجاتك الأساسية ولا تكترث بماهو زائد عنها، ولتكن حاجاتك قليلة، واقضها بنفسك.

في الختام أقول: هل مازلنا مصرّين على أن نشتري كل ما نشتهي إذا كانت الإجابة بـ نعم، فمن ثمَّ علينا أن نواجه مستقبلاً مخيفاً وغولاً خطيراً ونهاية سيئة، وإن كانت الإجابة بـ لا، فمن ثمَّ علينا أن نصحِّح أوضاعنا ونقوِّم استهلاكنا ونرشِّد إنفاقنا، لنكون أفراداً صالحين ولنبني مجتمعاً متماسكاً، ولنحافظ على هوية أمتنا الإسلامية.



منكرات المناسبات الترفية

لما رأيت كثيراً من المناسبات والأفراح والولائم والمظاهر الفرحية تقام بعيدة عن الالتزام بشرع الله تعالى وإنما حسب العادات والأهواء والميول والتقليد الأعمى والمظاهر الجوفاء والتفاخر والمباهاة، وما تحتويه من منكرات ومناهٍ.

رأيت أهمية التنبيه على تلك المنكرات والتحذير من تلك المناهي اتباعاً لمبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر شرعاً ورغبة في انتفاء مثل تلك المنكرات والمناهي من حياتنا الأسرية والاجتماعية.

إننا شركاء في سفينة واحدة هي سفينة الحياة فإن أمرنا بالمعروف ونهينا عن المنكر تمت لنا ولإخواننا المسلمين النجاة، وإن سكتنا وتساهلنا هلكنا جميعاً.

إن الإسراف والتبذير مظهر واضح ومعلم ساطع على منكرات المناسبات ومن صور ذلك مثلاً:

١- المباهاة في انتقاء مكان إقامة المناسبة في القصور والاستراحات الخاصة.

٢- التفنن في بطاقات الدعوات كماً ونوعاً.

٣- إحضار المغنيين والمغنيات وإحياء الليالي بالغناء واللهو.

٤- الإسراف في الوليمة وتكثير الطعام دون حاجة وإلقاء الزائد - وهو كثير - في حاويات النفايات.

٥- التأنق في الملابس والفساتين بمحاولة شراء الملابس غالية الثمن. فلا غرابة أن نسمع أن فستاناً كلّف أربعين ألفاً.

٦- دعوة الأغنياء وذوي الجاه وترك الفقراء، وهذا ما حذر منه رسول الهدى عليه الصلاة والسلام حيث قال: «**شر الطعام الوليمة يُدعى إليها الأغنياء ويُمنعها المساكين**» رواه مسلم.

ومن المنكرات لبس كثير من نساء هذا الزمان الثياب الرقيقة والمزركشة والخروج بها عند غير المحارم ورسول الهدى يقول: «**صنفان من أهل النار لم أرهما: قوم بأيديهم سياط كأذناب البقر يضربون بها الناس ونساء كاسيات عاريات مائلات مميلات على رؤوسهن كأسنمة البخت المائلة لا يدخلن الجنة ولا يجدن ريحها وإن ريحها ليوجد من مسيرة كذا وكذا**» رواه مسلم.

ومن المنكرات الاختلاط والتصوير والغناء والموسيقى والتبرج والسفور.

والعجب أن تلك المنكرات والمناهي بما تشتمله على آثار دينية واجتماعية، ونفسيه، لها أبعاد اقتصادية خطيرة، فالترف المنهي عنه والتبذير المحذر منه والإسراف المبالغ

فيه والسفه وإضاعة الأموال في غير ما فائدة مرجوة، كل ذلك يعود على اقتصاد الفرد والأسرة والمجتمع والدولة والأمة بالنتائج الضارة والآثار السلبية والأزمات الاقتصادية.

وقديماً قيل: كما يكون الإسراف في الشر، يكون أيضاً في الخير، كمن تصدق بماله كله، وهذا ما نهى عنه سبحانه بقوله: ﴿وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ [الأنعام: ١٤١].

وكما يكون الإسراف من الغني، قد يكون من الفقير لأن الإسراف والتبذير أمر نسبي.

ومما ينبغي الإشارة إليه أن الإسراف قد يكون بالقدر وقد يكون بالكيفية، ولهذا قال سفيان الثوري - رحمه الله -: (ما أنفقت في غير طاعة الله فهو سرف وإن كان قليلاً) ويؤيد هذا قول ابن عباس - رضي الله عنهما - (من أنفق درهماً في غير حقه فهو سرف) وعلي - كرم الله وجهه - يقول كلمته المأثورة: (ما جاع فقير إلا بما تمتَّع غني).

عليه، فلابد من وقفة صارمة في وجه المناسبات الترفيه.

فهل آن الأوان..

❊ ❊ ❊

الإسراف في المهور والزواج

البعد الاقتصادي للإسراف في المهور وتكاليف الزواج:

وتبرز أهم مظاهره فيما يلي:

أولاً: المبالغة في المهور المتمثلة في الشروط المالية الثقيلة، التي جعلت من العروس سلعة تجارية وميداناً للتفاخر والمزايدات.

ثانياً: المبالغة في بطاقات الزواج وكروت الأعراس خاصة إذا علمنا أن تكلفة الواحدة منها قد تصل إلى عشرة ريالات في المتوسط.

ثالثاً: المبالغة في الهدايا، هدايا الخطبة وهدايا صباحية العرس وهدايا أم الزوجة.

إن المبالغة في المهور مصيبة أكثرت من العوانس والعزاب، إذ هي حجر عثرة في طريق الزواج وجمع الرؤوس في الحلال.

كما تجر المبالغة في المهور الأقساط والديون على الزوج وأهله، وتوقعه في مزيد من الاستدانة لشهور طويلة.

وإذا كانت المغالاة في المهور قبل الزواج سبباً لإعراض كثير من الرجال والشباب عن الزواج فإنها بعد الزواج ربما تكون سبباً للمشاكل والشقاق والخلافات الزوجية، وربما

جرت إلى الطلاق، ومشاكل الانفصال، والنهاية المؤسفة تشردٌ وتفككٌ وانهيارٌ اجتماعي وأخلاقي..

ومما يؤسف له، أن لا مقارنة بين ما كان عليه سلفنا الصالح من تيسير للمؤونة وقلة الكلفة والمساعدة المالية والمعنوية، وما نحن عليه اليوم من إسراف وتبذير ومغالاة وتفنّن في النفقات والمصروفات والأقساط والديون.

بَيْدَ أن ما ينبغي التأكيد عليه إرشاد النبي صلى الله عليه وسلم من أن خير النساء والزوجات وأعظمهن بركة أيسرهن مؤنة وكلفة ومهراً.

البعد الاقتصادي للإسراف في حفلات الزفاف:

ويتجلى ذلك في المظاهر التالية:

أولاً: إقامة الأفراح في الفنادق والصالات الخاصة رغم غلاء الأسعار، بَيْدَ أن الإقدام على الاستئجار في تزايد حتى أصبحت صالات الأفراح والفنادق ميداناً للسرف والبطر والمباهاة.

ثانياً: المبالغة في لباس العروس وطرحتها وما يسمى بالتشريعة، حيث تنفق الأموال الطائلة في أمور كمالية ترفية غير ضرورية.

ثالثاً: التنويع في الأطعمة في مناسبات الزفاف فقد يصل هذا التنويع إلى أكثر من خمسة وعشرين نوعاً من الأطعمة المالحة وخمسة من الحلويات وثمانية من الفاكهة وخمسة من العصيرات الطازجة إضافة إلى القهوة والشاي قبل الطعام وبعده والموائد المفتوحة والصياني الدوارة.

رابعاً: مآل كثير من الأطعمة والأشربه القمامة، فهناك تلال من هذه القمامة، تتزايد يوماً بعد يوم، وعرساً بعد آخر.

وما زلنا نجد عند أغلب الأسر حتى ذات الدخل المحدودة تصرفات لا مبرِّر لها سوى العادات والهوى والتقليد والمباهاة، احتفالات مكلفة، وملابس للنساء والأطفال بأسعار باهظة، وبنود استهلاكية تثقل كاهل ميزانية الأسرة، وخاصة الزوجين، وهما في مقتبل حياتهما الأسرية.

وما ذلك إلا لتلبية دواعي الاستعراض الاجتماعي وحب التقليد والمباهاة والظهور الاجتماعي والمحاكاة.

ومما ينبغي التأكيد عليه هنا أن الإسلام لم يشرع في نفقات عقد الزواج سوى المهر المعقول للمرأة، والوليمة المناسبة للعرس، وإكرام الضيوف بما يناسب الحال....



الأرقام في حياة الطفل والمرأة

١- بلغ ما يستهلكه الطفل الأمريكي من الثروات المادية ٥٠٠ مرة مما يستهلكه طفل العالم الثالث.

٢- ذكرت بعض الإحصاءات أن أمراض سوء التغذية منتشرة في بلاد آسيوية عدة، وأن من مجموع ٣٠٠ مليون طفل في الدول النامية، في عام واحد، واجه أكثر من ثلثيهم الأمراض المعوِّقة بسبب تغذية متدهورة.

٣- وحسب بعض الإحصاءات فإن ٧٠٪ من أطفال البلدان النامية يشكون من سوء التغذية.

٤- أفادت تقارير وكالات الإعانة الدولية بأن حوالي أكثر من ٩ ملايين طفل يلقون حتفهم بسبب سوء التغذية، بينما تنفق دول العالم على التسلح كل دقيقة حوالي مليون دولار.

٥- تشير كثير من الاحصاءات والدراسات إلى أن الاستهلاك الترفي للأثاث المنزلي لدى المرأة نمط استهلاكي خطير، ينجم عنه تلويث للبيئة بمواد ضارة وسموم، خاصة وأن كثيرات أصبحن في كل عام يبدلن أثاث منازلهن.

٦- أشارت دراسة حديثة إلى أنه بالإمكان اختصار ما يقرب من ٤٠ - ٥٠٪ من النفقات التي تنفقها كثير من النساء.

٧- أعلنت منظمة الصحة العالمية أن حوالي ٥ , ٢ مليون شخص من بينهم عدد متزايد من المدخنات يموتون سنوياً من سرطان الرئة والتهاب الشعب المزمن وأمراض القلب التي يسببها التدخين .

٨- تشير العديد من الدراسات إلى أن أكثر من ٦٠٪ من قرارات الشراء عند المرأة هي قرارات نزوية تلقائية ، خاصة بعد انتشار المتاجر واستخدام أسلوب الخدمة الذاتية .

٩- يقول الأمير طلال آل سعود : إنه بلغة الأرقام بلغ عدد الأطفال دون الخامسة عشرة من العمر حوالي ٢ بليون طفل ، منهم أكثر من ألف مليون يعيشون تحت وطأة الفقر والجهل والجوع والمرض ، ويموت منهم كل يوم حوالي ٣٥ ألف .

ورغم ذلك ، فالدول الكبيرة الغنية منشغلة بأسلحة الدمار والموت حيث يصرف عليها البلايين ، ودموع الأطفال الجياع لا تحركهم .

١٠- يقول روبرت مكنمارا : إنني لا أعتقد أن شعبنا يدرك الوضع غير الإنساني الذي يعيش فيه كثير من الناس ، فهناك بليونا إنسان في البلدان النامية ، ٨٠٠ مليون منهم يعيشون حسب مقاييسنا على ٣٠ سنتاً في اليوم الواحد .

١١ - حسب الاحصاءات الحديثة فإنه يوجد في العالم نحو ٣٠٪ من النساء يعملن في النشاط الاقتصادي، وحوالي ثلث عدد العمال يتألف من النساء، خاصة في الدول الصناعية.

١٢ - وفق بعض الدراسات فإنه من الحجم العام للإعلانات المتلفزة الموجهة للمرأة، تخصَّص نسبة ٣٩٪ للإعلانات التي تقدم إليها وسائل العناية بنفسها، أدوات التجميل والعطور والأدوية، ونسبة ٦١٪ الباقية تقدم للمرأة وسائل العناية بالبيت والأطفال والزوج.

وبَعْدُ: ماذا بقي من حضارة مجتمع ينفق الملايين على الكماليات والترف، في الوقت الذي يعيش فيه ملايين من أطفاله ونسائه في فقر وجوع.

ويبقى مسلسل الأرقام والإحصاءات في حياة الطفل والمرأة مستمراً.



الأرقام في حياة الأسرة

١- أجريت دراسة حديثة عن الاستهلاك على عينة عشوائية وكان من نتائج هذه الدراسة، أن نسبة كبيرة من الأسر تلجأ إلى الاستدانة والاقتراض بفوائد مرتفعة لتلبية حاجاتها، كما أن عينة البحث أكدت على أنها تقرِّر الشراء بناء على رغبة مطلقة في الشراء والهوس الاستهلاكي غير المبرَّر، وأهم ما توصلت إليه الدراسة هو أن الأسر التي تحظى بانفاق مرتفع تزداد فيها بالمقابل نسب الطلاق والتصدع الأسري وخلافات الأبوين.

٢- تشير بعض الدراسات التي أجريت حديثاً أن ما يلقى ويتلف من مواد غذائية ويوضع في صناديق القمامة كبير إلى الحد الذي قد تبلغ نسبته في بعض الحالات ٤٥٪ من حجم القمامة.

٣- عملت دراسة ميدانية عن الإسراف والتبذير في المأكولات المرمية في مدينة واحدة في إحدى الدول، فكانت النتيجة أن الإسراف اليومي نحو مليون ليرة والإسراف السنوي ٣٦٥ مليون ليرة.

٤- عملت إحصائية عن عدد التذاكر في مدينة واحدة عربية

فكانت النتيجة أن العدد خلال شهرين فقط وصل حوالي ٧٠٠,٠٠٠ تذكرة، معظمها إلى جنوب شرق آسيا.

٥- حسب تقديرات البنك الدولي للإنشاء والتعمير فإن ٨٠٪ من الجياع في العالم الثالث هم من النساء والأطفال، ومعظمهم يعيش في قرى صغيرة من الدول النامية.

٦- يقول روبرت بريتن: عندما تستيقظ في كل صباح يكون عدد سكان العالم قد زاد حوالي ١٨,٠٠٠ نسمة عما كانوا عليه حين أويت إلى مضجعكم في الليلة السابقة وعندما يحل المساء يكون عددهم قد ارتفع بمقدار ٣٧,٠٠٠ نسمة أخرى، أي أن سكان العالم يتزايدون بنحو ٥٥,٠٠٠ نسمة في كل يوم، و٢٠ مليون نسمة في كل عام، وليست هذه الزيادة الكبيرة هي معدل المواليد، بل هي الفرق بين المواليد والوفيات.

٧- كشف تحقيق أجري في الولايات المتحدة أن الأمريكيين يفضلون تربية القطط على الكلاب، ويؤكد التحقيق أن حوالي ٥٨ مليون أسرة أخرى أخذت تعتني بتربية الكلاب خلال عام واحد.

٨- يقول هاريس براون: إن إنتاج العالم السنوي من الطعام الذي يحتوي على البروتين الحيواني يبلغ نحو ٢٠٠ مليون

طن من اللبن و٤٥ مليون طن من اللحوم، و ٢٠ مليون طن من السمك و ١,٥ مليون طن من الدواجن، و١٠٠ مليون بيضة.

وهذا الطعام لو وزع بالتساوي على جميع سكان العالم لنال كل فرد أسبوعياً أقل من لترين من اللبن ورطل من اللحم والسمك والدواجن وأقل من بيضة واحدة.

ومن ثم، فإذا نال بعض الناس قدراً يزيد على المعدل المفترض، فإن أناساً آخرين في المقابل يقل نصيبهم.

٩- تقول سوزان جورج: ما هو أشد خطورة هو أن رجل العالم الثالث محروم من الطعام، وذلك بسبب رجل آخر من بلد غني، وأيضاً بسبب حيوانه، إذ الاستهلاك الحيواني في البلدان الغنية مؤمن قبل الاستهلاك البشري في الدول النامية، كما أن حيوانات الدول المتقدمة تأكل ربع انتاج العالم من الحبوب، أي ما يعادل الاستهلاك البشري في الصين والهند معاً قرابة مليار ونصف نسمة.

١٠- تشير بعض الدراسات الحديثة إلى أن قرابة ٨٨٪ من الأسر في المجتمعات المعاصرة تنفق أكثر من حاجاتها الاستهلاكية.

وما يزال مسلسل الأرقام والإحصاءات في محيط الأسرة، مستمراً!!!

❋ ❋ ❋

الفصل الخامس

تحقيقات اقتصادية أسرية

سلوكيات التخمة تجتاح العالم الإسلامي وإفرازاتها : البدانة، السمنة، زيادة الوزن وآثارها: على الأسرة

مدخل:

يسود عالم اليوم بكافة دوله، متقدمة كانت أو نامية، ظاهرة حمّى الاستهلاك أو النهم الاستهلاكي، حيث صار الإنسان المعاصر مجرد أداة استهلاكية لا همَّ له إلا أن يقتل نفسه جهداً ليزيد دخله، ويحصل على ما يشتري من أدوات استهلاك مادية غير ضرورية، تعرضها على تفكيره وسائل الإعلام وفنون الإعلان، بزعم أنها مقاييس للمكانة الاجتماعية ومصادر للهناء الفردي.

وقد أدى ذلك إلى تداعي القيم الخلقية وانتشار القلق وتزايد العنف وارتفاع معدلات الانتحار، فضلاً عن شيوع أسلوب البذخ وأمراض التخمة والسمنة وكل هذا يُعدُّ تبديداً للثروة وضياعاً للفائض.

إن الإنسان إذا أكثر من الطعام لم يستطع له هضماً، حيث يصاب بالتخمة وعسر الهضم وقد يحدث أن تصاب المعدة، فيفقد المرء شهيته للأكل وإن تناول طعاماً لم يستطع له هضماً فقد يصاب نتيجة لذلك بالاسهال أو الإمساك، كما أن الإسراف في الطعام يؤدي إلى البدانة، ومن ثم يتعرض البدين لأمراض القلب والسكر وأمراض الكلى وارتفاع الضغط.

إن العادات السيئة والمفاهيم الاجتماعية الخاطئة قد تسيطر على بعض الأفراد بحيث تصبح هذه العادات قيماً اجتماعية تتمثل في هوى النفس وحب الظهور والتقليد الأعمى.

ومن هذه العادات المنافية للآداب الإسلامية عادة المبالغة في الأكل إلى حد التخمة والشره والبطنة، بحيث يتناول المرء الطعام عدة مرات إلى حد الامتلاء والشبع.

وفي هذا التحقيق نسلط بعض الظلال الاجتماعية والبيئية والإعلامية والاقتصادية والطبية والصحفية وبلا شك، الشرعية على ظاهرة التخمة وسلوكياتها.

ظلال اجتماعية لظاهرة تخمة الاستهلاك:

يلاحظ اليوم أن الدنيا أصبحت عند كثير من الناس أكبر همهم ومبلغ علمهم، فأصبح الطعام لهم هدفاً لا وسيلة،

فتراهم يبحثون في الأسواق عن أنواع الطعام، ويسرفون في قضاء أوقاتهم في المحلات التجارية والأسواق يشترون ما استجدت صناعته واختلف نوعه ولونه، وساعد على ذلك التطور الكبير في صناعات الأغذية فترى أصناف الأجبان وكذا اللحوم والحلويات والمعلبات وما فتح الله به على الناس في هذا الزمان ما لم يشهده عصر سابق.

وكان الأجدر والأولى بهم أن يرعوا هذه النعم ويحافظوا عليها ويؤدوا حق شكرها، ويستهلكوها على الوجه المفيد النافع دون مبالغة أو إسراف أو شراهة تؤدي بهم إلى التخمة ومن ثم السمنة والبدانة.

إذن: ما هي أبرز الآثار الاجتماعية لظاهرة تخمة الاستهلاك؟ يجيب الدكتور سمير رضوان قائلاً: إن من أبرز أوجه السلبيات التي تتعرض لها الأمم والحضارات وتكون معول هدم لكل ما بُني وأُنتج هو استشراء داء الاستهلاك في نفوس الأفراد.

فالاستهلاك الترفي ينمّي في الإنسان الترهل ويبعده عن القيم، وقد قال سبحانه: ﴿أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ﴾ [التكاثر: ١] وقال تعالى: ﴿يَحْسَبُ أَنَّ مَالَهُ أَخْلَدَهُ﴾ [الهمزة: ٣] والاستهلاك الترفي والشره والشبع كما هو معلوم، مظاهر يسيرة لتخمة الاستهلاك.

وفي السياق نفسه يضيف د. زيد الرماني قائلاً فما زلنا نجد عند أغلب الأسر حتى ذات الدخل المحدود تصرفات لا مبرِّر لها سوى العادات والهوى والتقليد والمباهاة، خدماً ومربيات وسائقين مستوردين من الخارج، واحتفالات مكلفة وملابس للنساء والأطفال بأسعار مرتفعة جداً وبنوداً استهلاكية تثقل كاهل ميزانية الأسرة.

وما ذلك كله إلا لتلبية دواعي الاستعراض الاجتماعي وحب الظهور.

ظلال بيئية لظاهرة تخمة الاستهلاك:

لقد أغرق السلوك الاستهلاكي المكثف للإنسان في طوفان من المشاكل المتعلقة بتلوث البيئة وما لم يأخذ الإنسان حذره، ، فقد يغرقه هذا السلوك في طوفان حقيقي.

إن مشاكل التلوث البيئي في عصرنا هذا يُعدُّ أحد أسبابه الرئيسية هو الاستهلاك الشره للموارد الاصطناعية التي استخدمها التقدم العلمي والتقني، فهي مواد تستعصي على الهضم من قبل ميكروبات البيئة فتخلِّف جواً من التلوث.

يقول د. محمد عبد القادر الفقي إنه لما ازداد الاستهلاك نمت جبال النفايات على وجه الأرض بما تحويه من مواد

مستعصية على التحلُّل والهضم، ومن مواد متباينة السُّمية.

ولا عجب أن أفرزت سلوكيات التخمة أطناناً من القمامة وجبالاً من النفايات وسموماً عديدة للبيئة والحياة والإنسان.

بل وصل الأمر إلى تهديد بيئة الغد، وهذا خطر ينبغي الوقوف في وجهه بعزم وشدة وحزم، قبل أن يهدِّد أجيالنا المستقبلية.

يقول د. زيد الرماني معلِّقاً على ما سبق: في الواقع ثمة أنماط من الاستهلاك ينجم عنها تلوث البيئة بمواد ضارة وسموم، من مثل الاستهلاك الترفي للأثاث المنزلي في زمننا المعاصر، ومن مثل الأدوية والعقاقير التي تنتهي فترات صلاحيتها.

ولا غرو أن يقال إن الاستهلاك هو طوفان التلوث القادم.

ويؤكد هذا د. سمير رضوان بقوله: إن أهم خطايا التقدم العلمي والتقني الهائل ما ولّده لدى الإنسان المعاصر من سلوك استهلاكي شره، أصبح ينمّي ويغذي مشكلة التلوث البيئي، التي تُعدُّ مشكلة تُهدِّد كوكب الأرض بمخاطر جمة، فالاستهلاك يُهدِّد بطوفان مائي حقيقي نتيجة ارتفاع درجة حرارة الجو وذوبان الجليد.

ظلال إعلامية لظاهرة تخمة الاستهلاك:

إن الكم الهائل من الإعلانات التجارية الدعائية التي تزخر بها أجهزة الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة في جميع دول العالم هو أحد المقاييس الأمينة لتخمة الاستهلاك التي ألمّت بالبشر في هذا الزمن، إذ يلجأ المنتجون إلى كل وسيلة متاحة لحثّ الناس على الاستهلاك والمزيد منه.

ولكن كيف أسهمت وسائل الإعلام والدعاية والإعلان في التخبط الاستهلاكي والخداع الدعائي ومن ثم تخمة الاستهلاك؟

يقول د. نعيم أبو جمعة إن الإعلانات التجارية تمارس دوراً كبيراً في خداع المستهلك بدفعه إلى المزيد من الشراء لأشياء كثيرة لا حاجة إليها فعلاً.

ويضيف د. نعيم قائلاً: بل وتمارس الإعلانات التجارية دوراً أكبر في تغليب البواعث الوجدانية كالتقليد والمحاكاة والمباهاة والزهو والتفاخر، وإثارة ذلك في نفسية المستهلك.

وللأسف يقول د. نعيم أن الإعلان التجاري يُعدُّ مسؤولاً إلى حد كبير عن تكوين عادات شرائية خاطئة، إذ قد يعمد المعلنون إلى تشكيك الناس في سلع قديمة أو سلع جديدة، لينصرفوا إلى شراء سلع معينة.

ويؤكد ذلك د. زيد الرماني بقوله: ولا يقتصر الأمر على

الإعلانات التجارية والدعاية الجذابة، وإنما يتجاوز ذلك أساليب أخرى مثل التسهيلات في عمليات البيع وإيصال السلع إلى منزل المستهلك خدمة مجانية، وأساليب الدفع بالأقساط أو عن طريق البطاقات الإئتمانية أو إغراء المستهلك والمشتري بمنحه مكافآت رمزية كلما كثّف من سلوكه الاستهلاكي.

وفي الواقع، فإنه ما من سلعة إلا ابتكر منتجوها وسائل للدعاية تغري المستهلك باقتنائها حتى أصبح الإنسان المعاصر ليس مجرد كائن استهلاكي بل متخبِّط في هذا الاستهلاك ومخدوع به.

ظلال اقتصادية لتخمة الاستهلاك:

لقد شاعت في الغرب مقالة (لقد ولد الأمريكي لكي يشتري) وهذه عبارة تدلنا على عقلية الغرب الاستهلاكية التي تنادي بالحرية دون شرط والنفعية الشخصية والملكية الخاصة غير المقيدة فإذا كانت هذه العبارة صحيحة عند الغرب فليس لها مصداقية عند المسلمين وفي ديار الإسلام.

فلا شك أن للمال سحراً وجاذبية قوية بالنسبة للإنسان تجعله ينشد إليه ويسير باتجاهه، متصوراً أن المال سيحقق له كل طموحاته وهذا التصور يُعدُّ أحد أسباب وجود الثقافة الاستهلاكية في المجتمعات الإسلامية المعاصرة.

إذن: ما علاقة الاستهلاك التبذيري وإدمان الاستهلاك بظاهرة التخمة؟ وهل يمكن تحديد مكامن الخطر فيما يتعلق بسلوكيات التخمة؟ وكيف تسهم مظاهر البذخ من مثل ما يحدث في الأفراح والولائم والمناسبات في نشر سلوكيات التخمة؟ وما أبرز أسباب وآثار فيروس الاستهلاك الذي يُعدُّ من أخطر الأمراض الاقتصادية والاجتماعية المعاصرة؟!

يجيب على ذلك د. زيد الرماني من خلال الأبعاد الاقتصادية التالية:

أولاً: هناك سلوكيات اقتصادية كثيرة في المجتمع تمثل عبئاً اقتصادياً يمكن تخفيفه، وتُعدُّ سلوكيات التخمة وإدمان الشراء والاستهلاك الشره أمثلة نموذجية لتلك السلوكيات الاقتصادية.

ثانياً: إن أوجه الصرف الباذخ أو غير الضروري ينبغي على الأفراد والأسر والمجتمعات إعادة النظر فيها للتخلص من الأنماط البذخية والاستهلاكية المفرطة ومظاهر المباهاة والتعالي المتمثلة في مناسبات الولائم والأفراح.

ثالثاً: من المعروف اقتصادياً في معظم دول العالم بأن أنسب وسيلة لتقريب القرارات الاستهلاكية للأفراد هي الرشد الاقتصادي المتمثل في الأسعار، بحيث تكون لهذه الأسعار

فعالية في التخلص من الاستهلاك التبذيري أو لأغراض التفاخر والمباهاة.

رابعاً: إن ظاهرة تخمة الاستهلاك وعادة الصرف والانفاق غير الموجه، من العادات والظواهر التي أدت إليها ظروف الحياة الجديدة، نتيجة النقلة الاقتصادية التي مرت بها مجتمعاتنا، وقد ساعد على انتشار تلك الظواهر وبروز العقلية الاستهلاكية وانتشار الثقافة الاستهلاكية عوامل عديدة منها: إغراق السوق بصنوف الكماليات والإعلان عنها بطريقة مثيرة، وكذا انخفاض الوعي الاستهلاكي لدى أفراد المجتمع، وعدم توجيه أفراد المجتمع منذ نعومة أظافرهم وتعويدهم على السلوك الاستهلاكي الرشيد المنضبط المهتدي بآداب الإسلام المنظمة لعملية الاستهلاك.

وفي إضافة مهمة للموضوع تقول الأستاذة منى حسين: لقد ترتب على فشو الاستهلاك الشره المفرط وانتشاره في المجتمع عدد من الآثار والنتائج الضارة من مثل: انشغال العقلية الاستهلاكية بالتبذير وعدم الاكتراث بالنعم، وكذا الإتلاف والنبذ والاستبعاد لكثير من الطيبات والسلع، إضافة إلى التفكك الاجتماعي نتيجة بروز القيم المادية وسيادتها في المجتمع. والاستهلاك يُعدُّ عائقاً أمام التوجيه الاجتماعي

الإيجابي، وله مساوئ عديدة ظاهرة لكل متابع ومتأمل.

وللأسف، فقد انتشرت العقلية الاستهلاكية لدى أفرد المجتمعات الإسلامية المعاصرة نتيجة حالة الترف التي يعيشها بعضهم، أو نتيجة استيراد التقنية غير الملائمة، التي شجعت في الإنسان الميل للراحة والدعة والاستسلام للحياة المرفهة الناعمة والتي وفرت لأفراد المجتمع وسائل الرفاهية والنعيم وأنواع الطيبات والملذات وأصناف السلع الاستهلاكية، إضافة إلى عوامل أخرى من مثل: توافر السيولة المالية والتدفقات النقدية المرتفعة.

وللأسف، فإن أكثر ما يشغل تفكير العقلية المستهلكة هو توفير الاحتياجات المادية واقتناء كل ما يستجد عرضه في الأسواق.

ظلال طبية لتخمة الاستهلاك:

تحدث البدانة عندما يختل الاتزان بين تناول الجسم الطاقة أي استهلاكه لها، إما بزيادة الأكل أو بتدني النشاط البدني ومن ثم انخفاض معدل استهلاك الطاقة أي حرق الدهون وهو الاختلال، ويكون مصحوباً بعوامل وراثية تؤثر في حدوث البدانة ودرجتها.

يقول د. حسان باشا في معرض إجابته على سؤال: ما

السمنة أو البدانة، وما أسبابها وأبرز مشاكلها، يقول د. حسان: السمنة تنجم عن تناول كميات من السعرات الحرارية في الطعام أكثر مما يحتاجه الجسم، وأهم أسباب السمنة: الاستعداد البنيوي داخل الجسم والشراهة للطعام وكثرة الدهون وزيادة عدد الخلايا الشحمية في الجسم وقلة الحركة، وتبرز مشاكل السمنة في علاقتها بأمراض القلب وارتفاع الضغط الدموي وأمراض المرارة ومرض النقرس وتأثيرها على التنفس، فمن ملأ معدته بالطعام والشراب لم يدع فيها متنفساً، شعر بعد ذلك بالتخمة وعسر الهضم.

إذن: إذا استمر الشخص في تناول الطعام أكثر من حاجته اليومية، ودون أن يقابل ذلك زيادة في نشاطه البدني، فإن الجسم يبدأ في تخزين الفائض من الطاقة في شكل مواد دهنية، وبالتالي تحصل البدانة أو ما تعرف بالسمنة.

لذا، يؤكد د. سمير الحلو على أهمية تقليل الطعام المتناول، لأن ذلك يؤدي تلقائياً كما يذكر د. سمير إلى تقليل العوامل الخطرة التي تساعد في ظهور الأمراض.

يقول د. سمير إن الصوم الطبي يُعدُّ امتناعاً عن الطعام بشكل إرادي، ويُعدُّ كذلك وسيلة مهمة لتقليل الطعام كما أن الصوم علاج للأمراض المزمنة والمستعصية.

ويمكن من الناحية الصحية تلخيص خطة نموذجية لإنقاص الوزن تعتمد على: كُلْ أقل مما كنت تأكل، تجنّب الأطعمة الدسمة، وتجنّب السكر والنشويات، وتناول أغذية مفيدة واعتدل في تناول الطعام ومارس التمارين الرياضية، ومن ثمَّ فإن النتيجة من الناحية الصحية ستكون إيجابية بإذن الله.

ظلال شرعية لتخمة الاستهلاك:

إن الشريعة الإسلامية ومن خلال الضوابط والتوجيهات التي افترضتها على نمط الاستهلاك وسلوك المستهلك المسلم تمارس تأثيراً مباشراً في تحديد نوعية الطلب وحجم نموه، وذلك يؤثر بالتالي في حجم الموارد المطلوبة وتخصيصها لانتاج الطيبات التي تشبع احتياجات المجتمع.

يقول الشيخ د. حمد بن عبدالرحمن الجنيدل في معرض إجابته عن: كيف يمكن التصدي لداء الاستهلاك الشره وكيف يمكن اقتلاع عادة الاستهلاك المفرط من النفوس؟!

يقول الشيخ حمد: إن التخمة والسمنة تُعدُّ مرضاً وضرراً وإسرافاً منهياً عنه، إذ يجدر بالمسلم أن يعرف حدوده ويلتزم هدي رسول الهدى عليه السلام وصحبه الكرام والسلف الصالح من التخفف في الطعام والابتعاد عن الشره.

فقد ورد عن رسول الله عليه السلام قوله لأحد أصحابه : **«كف عنا جشاءك»** (صوت يخرج من المعدة عند امتلائها) فإن أطول الناس جوعاً يوم القيامة أكثرهم شبعاً في الدنيا ، كما أنه عليه السلام أومأ إلى رجل عظيم البطن فقال له : لو كان هذا في غير هذا لكان خيراً لك .

والقاعدة الذهبية النبوية تنص على أنه : **«ما ملأ آدمي وعاءً قط شراً من بطنه، بحسب ابن آدم لقيمات يقمن صلبه، فإن كان لابد فاعلاً ، فثلث لطعامه، وثلث لشرابه ، وثلث لنفسه»** .

وقد علّق ابن قيم الجوزية - رحمه الله - على هذا الحديث فقال : إن مراتب الغذاء كما يتضح من هذا الحديث ثلاث : إحداها : مرتبة الحاجة ، والثانية : مرتبة الكفاية ، والثالثة : مرتبة الفضلة .

وعن الفاروق عمر بن الخطاب - رضي الله عنه - ورد قوله : (إياكم والبطنة في الطعام والشراب فإنها مفسدة للجسم مورثة للسقم ، ومكسلة عن الصلاة) .

وقد قيل : البطنة تذهب الفطنة ، كما ورد عن الشافعي - رحمه الله - قوله : ما أفلح سمين قط ، فقيل له : لِمَ؟ قال : لأنه لا يعدو العاقل إحدى حالتين : إما أن يهتم لآخرته ومعاده ، أو لدنياه ومعاشه ، والشحم مع الهمّ لا ينعقد ، فإذا خلا من المعنيين صار في حد البهائم ، فينعقد الشحم .

خاتمــة

في ختام هذا التحقيق، فإننا نعرض بعضاً من النتائج المتوصل إليها والتوصيات المهمة، ومن ذلك:

١ - إن سعادة الإنسان هي في اتباع شرع الله وهدي نبيه عليه الصلاة والسلام.

٢- تنجم السمنة في معظم الأحيان عن اختلال بين ما نصرف من طاقة وبين ما نتناول من طعام.

٣- إن التعود على نمط الحياة الكسول والرغبة عن أداء المجهودات البدنية تجعل البدانة أمراً محتملاً.

٤- إن تقليل كمية الطعام المتناول إلى الثلث هو عماد الصحة والنشاط بشرط تنويع الطعام والاستفادة من العناصر المهمة فيه.

٥- صيام رمضان والنوافل والتطوع يتيح للمسلم فرصة حالة صحية ونفسية سامية.

٦- الآباء والأمهات هم قدوة الأبناء، فإذا مارسوا الرشد الاستهلاكي والصوم الصحي والاقتصاد في النفقات والاعتدال في الشراء والأكل والشرب، كانوا قدوة صالحين لأبنائهم.

٧- أفضل نظام غذائي هو ما يضمن للشخص حاجته من

العناصر الغذائية المتكاملة: الكربوهيدرات + البروتين + المعادن + الأملاح + الفيتامينات.

٨- البرنامج الرياضي مهم، بشرط أن يكون متناسباً مع الشخص وأن يبدأ به بشكل تدريجي.

٩- التأكيد على أهمية التوعية الدينية لأثرها في النفوس.

١٠- التأكيد على دور وسائل الإعلام لبث الوعي الاستهلاكي.



«غول الاقتصاد المعاصر»
الاستهلاك الترفي
أيها الأطفال احذروه !!

مدخل:

ما هو الاستهلاك؟؟ هل هو مجرد كلمة شائعة تفهم على أساس استخدام الإنسان للأشياء، أم هو التناول الإنساني المنظم للمنتجات من سلع وخدمات بقصد إشباع حاجات إنسانية، كما يقول الاقتصاديون في كتبهم ومحاضراتهم الأكاديمية، أم هو إهلاك للأصول الثابتة كما يرى علماء المحاسبة.

وأياً كانت هذه التعريفات والمفاهيم فإن هناك أقساماً عديدة للاستهلاك، فهناك الاستهلاك الوسيط والاستهلاك العائلي والاستهلاك الترفي.

إن ظاهرة الاستهلاك الترفي تطلق على استهلاك بعض أنواع السلع التي لا تقدَّر لصفاتها الذاتية ولكن وفقاً لما تمثله من مكانة اجتماعية وسموّ نفسي.

وهنا تفقد نظرية العرض والطلب مصداقيتها في واقع الحياة، إذ تؤدي مظاهر الثراء والمركز الاجتماعي إلى الإقبال المتزايد على طلب هذه السلع، كلما ارتفع ثمنها بعكس ما تفترضه

النظرية الاقتصادية، وتقل الكميات المطلوبة منها إذا انخفض سعرها، وهذا خاصة في ظل وجود ظاهرة الاستهلاك المظهري.

إن أهم جوانب الاستهلاك وقضاياه هو الاستهلاك المظهري والترفي المتعدد الأشكال، فالولائم والحفلات والمناسبات هي بعض مظاهره وأشكاله الشائعة.

ومن ثم، فإن أمامنا عدداً من التساؤلات التي تدور حول نمطنا الاستهلاكي وسلوكنا الإنفاقي، فهل نحن مجتمع استهلاكي أم مجتمع إنتاجي، أم مجتمع استهلاكي وإنتاجي في الوقت ذاته؟!!

صورة استهلاكية:

صورة من صور الاستهلاك المعاصر لدى عينة من الأسر، أضعها أمام القارئ في بداية هذا التحقيق وتتلخص الصورة الاستهلاكية في الآتي:

اثنان من أجهزة الفيديو وثلاث ثلاجات عدا الفريزر، وجهاز تليفزيون في الطابق السفلي وآخر في العلوي، وأجهزة راديو ومسجلات مختلفة الأنواع وأثاث منزلي متنوع الأشكال، وتجهيزات مطبخية عالية المستوى وغيرها من الكماليات.

والسؤال بعد هذا كله: إلى أي مدى تحتاج العائلة لكل

هذه الأجهزة والمعدات والكماليات، ألا تؤثر على ميزانية الأسرة.

الاستهلاك الترفي: مفهومه وأخطاره:

يقول الأستاذ أحمد صالح التويجري في إجابته عن مفهومه الخاص للاستهلاك الترفي وأبرز آثاره وسلبياته في المجتمع، يقول: إن الاستهلاك الترفي انفاق على سلع كمالية وفي مناسبات غير ضرورية، يشوبه الإسراف والتبذير بقصد التباهي وحب الظهور وتعويض نقص اجتماعي معين.

ويضيف الأستاذ أحمد قائلاً: إن الاستهلاك الترفي يُعدُّ استنزافاً للموارد والدخول، إذ هو انفاق بدون عائد، ويُعدُّ من جهة ثانية استهلاكاً غير ضروري ويدخل في إطار إهدار الثروة.

الاستهلاك الترفي: آثاره ومخاطره:

هل تنتقل عدوى الاستهلاك الترفي بين الأفراد والأسر والمجتمعات؟ يقول المهندس أسامة عارف معلِّقاً على هذا السؤال: لقد بدأت ظاهرة الاستهلاك الترفي في الانتقال إلى ذوي الدخل المحدود، غير مدركين لحجم مخاطره، وقد اتجه بعضهم إلى اكتساب المال بطرق شرعية وغير شرعية لإشباع رغباتهم الاستهلاكية.

الاستهلاك الترفي: فوضى أسرية

تؤكد الأستاذة منى حسين ما ذكره المهندس أسامة عارف فتقول: تبرز فوضى الاستهلاك بوضوح حينما تبدأ الزوجة بعرض نفقاتها لتكون نفقات من السلع والمواد الغذائية التي تبتلع فعلاً الدخل الشهري حتى آخر قرش فيه وتنتقل عدوى التبذير إلى الأطفال فينمو معهم انعدام الحس بقيمة الأشياء، فلا يحافظون بالتالي على ألعابهم أو كتبهم، وفي ظل ذلك لا يعود التبذير والترف مسألة فردية، بل مظهراً اجتماعياً، ولا يعود قضية وقتية حالية، بل مسألة تمتد إلى المستقبل ولا يعود التبذير والترف أموراً تقتصر على الأسرة فقط، بل تصل إلى مستوى الوطن.

الاستهلاك الترفي: إدمان:

لقد أضحى الاستهلاك الترفي حالة مرضية تعاني منها المجتمعات والأسر، فإلى أي مدى تكون هذه العبارة صادقة يقول الأستاذ محمد رشيد العويد: إن الإدمان على الشراء - والاستهلاك الترفي - لا يقل خطراً ودماراً نفسياً عن خطر الإدمان على الكحول أو المخدرات. وقد يكون ردة فعل للكآبة والتوتر النفسي وحالات القلق، فيجد المرء المتنفس الوحيد

له في الإغراق بالشراء والاستهلاك المترف، وقد يشتري سلعاً ليس في حاجة لها، وقد يكرهها أو يرميها بعيداً بعد شرائها.

الاستهلاك الترفي: في واقع العالم الإسلامي

يقول د. زيد الرماني: من الملاحظ أن العالم الإسلامي قد تحوّل إلى مجتمع استهلاكي تسوده تطلعات عارمة للثراء السريع وإن كان عند سكان الدول ذات الفوائض ما يشبع تطلعاتهم للرخاء والرفاهية، فإن السكان في معظم المجتمعات الفقيرة يشعرون بالإحباط، خاصة بعد أن تباطأت سرعة نمو الدخل في بلادهم.

الاستهلاك الترفي: المحاكاة والتقليد:

يقول د. محمد أحمد أسعد: إن النماذج التي تؤكد وجود ما يعرف بالمحاكاة والتقليد لاستهلاك الآخرين هو ما نشاهده من أن فساتين الأفراح لا تلبس لأكثر من مرة أو مرتين وإن زادت عن ذلك تدخل في نطاق العيب وكذلك المجوهرات وأيضاً في الولائم لا يوجد حسن التدبير بل يوجد عنصر التفاخر.

وفي السياق نفسه يرى الأستاذ أحمد بن صالح التويجري أن الاستهلاك للمحاكاة ومجاراة التقاليد الاجتماعية والتقليد

الأعمى للآخرين ليس هو السمة الغالبة على السلوك الاستهلاكي لأفراد المجتمع إذ أن معظم الأفراد قد أدركوا خطورة الاستهلاك الترفي.

ويضيف قائلاً: إن تأثير العادات الاستهلاكية الموسمية في شهر رمضان والأعياد هو تأثير مؤقت ولا أعتقد أنه يمثل ظاهرة خطيرة أو مزعجة.

العقلية الاستهلاكية المترفة:

إن ثقافة الاستهلاك أصبحت في السنوات الأخيرة هي الثقافة المهيمنة على كثير من الناس، فعلى ماذا يدل وجود هذه الظاهرة؟ يجيب الشيخ عبدالكريم الصادق على هذا بقوله: إن عدم تجذر الثقافة الدينية لهو سبب رئيس في انتشار ثقافة الاستهلاك، حيث أخذ الكثيرون يلهثون وراء المادة، فنسوا عقائدهم وتخلّوا عن قيمهم لأجل المال.

ويضيف فضيلته قائلاً: ولا شك أن للمال سحراً أخّاذاً وجاذبية قوية بالنسبة للإنسان تجعله ينشد إليه ويسير باتجاهه، متصوراً أن المال سيحقق له كل طموحاته.

إن أكثر ما يشغل العقلية الاستهلاكية المترفة هو توفير الاحتياجات المادية واقتناء كل جديد معروض في الأسواق

أو على صفحات الإعلانات، إن ركيزة الانحدار عند الأمم والحضارات هو طغيان المادة وتركُّز عقلية الاستهلاك السلبية في كيانها.

هيكل الاستهلاك الأسري:

في دراسة قام بها الدكتور حسن أبو ركبة عن سلوك المستهلك السعودي خلص إلى أن ٤٠ - ٦٠٪ من دخل الأسرة السنوي ينفق على الغذاء، و١٥ - ٢٠٪ على الكساء، ومثلها على الترفيه والعلاج والسياحة، و ٥ - ١٠٪ على التأثيث ومثلها على الأجهزة الكهربائية و٥ - ١٥٪ على التعليم ومثلها على السكن، ومثلها كمدخرات.

معالجات مهمة:

مما سبق فإن الاقتصاديين والاجتماعيين يؤكدون على بعض الأمور لمعالجة غول الاستهلاك الترفي، ومن ذلك:

١ - التخلص من القيم الاستهلاكية السيئة السلبية، حتى لا يُسبِّب الاستهلاك الترفي الفقر وسط الرخاء.

٢ - كبح الانفعال العاطفي ومراقبة الاستهلاك والتحكم في كميته ونوعه وسعره.

٣ - تشجيع الأفراد على الادخار وتيسير فتح قنوات فعالة لاستثمار مدخراتهم.

٤ - تقدير الكميات المطلوبة والجودة والنوعية.

خاتمـــة

ختاما ينبغي أن نسجل بافتخار تلك المحاولات الجادة التي ظهرت في المجتمعات الإسلامية للتخلص من الاستهلاك المترف وأصبح معظم الأفراد يناقشون الأنماط الاستهلاكية الرشيدة والتسوق حسب الأصول العلمية مما يبشر بمستقبلٍ أسري ومجتمعي متين.



«الإعلانات التجارية غسيل للمخ»
بالصوت والصورة
ضحاياها الأطفال

مدخـل:

الإعلانات التجارية غسيل للمخ حقيقة، وذلك بالصوت والصورة، وربما بالأغنية المشوقة، وبأساليب أخرى خفية، لإقناع المستهلكين صغاراً وكباراً بأهمية سلعهم وبضائعهم المعلنة من قبل مصمِّمين للإعلانات متخصصين في الدعاية والإعلان.

الإعلان - كما يقول أهله ورواده - مسار تثقيفي استهلاكي يسيِّر عقليات الناس دون أن يدروا غالباً، في الاتجاه المقرَّر عالمياً من قبل مصممِّي الإعلانات والموضات.

إن مصير المستهلكين لم يعد في جيوبهم ولا بين أيديهم، إنه يلعب أمام عيونهم.

والتاجر المستفيد المباشر من الإعلانات التجارية يخفي وراءه المستفيد الأكبر، الشركات المنتجة، وما يتصل بها من نظام سياسي واقتصادي واجتماعي وثقافي.

إن الإعلان أخطر واقعة اجتماعية وإعلامية وثقافية واستهلاكية في عصرنا.

فقد أصبح الإعلان أحد معالم المجتمع الحديث والذي لا يمكن الاستغناء عنه، إنه صناعة يزداد ثقلها يوماً بعد يوم ومؤسسة قائمة بذاتها.

والإعلان نشاط يقدِّم رسائل مرئية مسموعة لأفراد المجتمع، لإغرائهم على شراء سلعة وخدمة مقابل - طبعا - أجر مدفوع.

وفي هذا التحقيق نحاول أن نعرض بعض وجهات النظر المختلفة حول مراحل الإعلان ونفقاته وخصائصه وأهدافه ومميزاته وأخطاره وعوامل نجاحه، مع استشراف معالم الإعلان الهادف الصادق.

الإعلان التجاري: مراحله وأهميته:

مرَّ الإعلان التجاري بثلاث مراحل: في البداية لم يكن يتعدى الخبر بضعة أسطر تعلن عن سلعة جديدة، وفيما بعد أضيف إلى تلك الأسطر رسم أو صورة وتطور الأمر بعد ذلك حتى وصل إلى الشكل الذي نعرفه الآن، عندئذ لم يكتف الإعلان بالمستوى المحلي بل تخطاه إلى خارج الحدود، وبمرور الإعلان بهذه المراحل انتقل من الهواية إلى الحرفية ثم إلى التجريبية.

تقول د. فاطمة البكر : إن نمط السلوك الاستهلاكي لدى الفرد يتأصل لديه منذ الصغر ويتأثر بالعديد من العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية وأهمها وسائل الإعلام والإعلان والدعاية، ومن ثم فلا يمكن إهمال تأثير التليفزيون والإعلانات على أنماط استهلاك الفرد فكثيراً ما تؤثر المعارض والدعايات على أنماط الاستهلاك وتزيد من الشراء العشوائي عند كثير من الأفراد.

الإعلان التجاري : نفقاته وأخطاره:

في عام واحد تمَّ انفاق ما يقرب من ٢٠٠ مليار دولار في ميدان الإعلان، وللأسف فإن غالبية هذه النفقات تستهدف - كما يقول د. نعيم أبو جمعه - تكوين عادات شرائية خاطئة.

إذ قد يعمد - والكلام للدكتور نعيم - المعلنون إلى تشكيك الناس في سلع قديمة أو سلع جديدة في حوزتهم لم تبل أو تستنفد بعد، لينصرفوا عنها إلى شراء سلع جديدة.

والحقيقة، فمن خلال دراسات وتحقيقات عديدة تبيّن أن الإعلانات التجارية - وللأسف تمارس دوراً كبيراً في خداع المستهلك وفي دفعه إلى المزيد من الشراء لأشياء كثيرة لا حاجة به إليها فعلاً وهذا هو الإسراف بعينه، ويضيف د. نعيم

قائلاً: المشكلة أن الإعلانات تمارس دوراً بارزاً في تغليب البواعث الوجدانية كالتقليد وحب التميز وتسعى لإثارتها في نفسية المستهلك المسكين.

الإعلان التجاري: خصائصه وإيحاءاته:

تتضح الخصائص المميزة للإعلان التجاري في كونه وسيلة اتصال، واستخدامه بواسطة المنظمات والشركات المستهدفة للربح الاقتصادي، واستخدامه لكافة الوسائل الإعلانية، واستهدافه إقناع المستهلكين بشراء السلعة أو طلب الخدمة المعلن عنها.

تقول الأستاذه سميرة صادق: إن الإعلانات التجارية تدفع المرأة للشراء والمزيد منه، فتدفع المرأة لشراء السلعة على سبيل التجريب نتيجة الإعلان عنها، كما أن الإعلانات تغري الأطفال على الشراء بكثافة من خلال المسابقات العديدة، ولذا، فالإعلانات التجارية تُعدُّ مسؤولة إلى حد كبير عن دفع الناس إلى الإسراف وخاصة المرأة جرياً وراء التقليد أو حباً للإستطلاع أو رغبة في التفاخر والتباهي.

الإعلان التجاري: ميزاته واتجاهاته:

يتميز الإعلان التجاري بالنسبة للمستهلك والمشتري بكونه

يربطهما بالمتاجر التي تباع فيها السلع، ويرشدهما إلى الابتكارات وكذلك إلى المتاجر التي تبيع السلع المخفضة، كما تتضمن بعض الإعلانات شرحاً لمزايا السلعة وطرق استعمالها، مما يزيد من انتفاع المستهلك بها.

تقول د. نوال رمضان: إن الإعلانات التجارية لا تؤثر فقط على تفضيل أطعمة معينة، ولكن يمكن أن تشكل الأفكار والمعارف الغذائية واتجاهات الأطفال نحوها، وقد أظهرت بعض الدراسات أن الإعلانات لا تقدم معلومات غذائية عن الأطعمة المعروفة فحسب، ولكن غالباً ما تشير لأهمية الوجبة على أنها جزء من وجبة متوازنة.

وتضيف د. نوال قائلة: لقد أشارت كثير من الدراسات والأبحاث إلى دور الإعلانات التجارية والتليفزيونية خاصة في تفضيل لعبة أو منتج غذائي، كما أظهرت النتائج أن التليفزيون هو الوسيلة الأولى في الإعلان عن المأكولات الرخيصة والمحببة للأطفال.

الإعلان التجاري: أهدافه وتأثيراته:

يستهدف الإعلان التجاري في المقام الأول الاستحواذ على رضا المعلن إليه وإقناعه بالإقبال على اقتناء السلع والخدمات موضوع الإعلان.

ولا يتأتى ذلك إلا بالتأثير في النمط السلوكي القائم لدى المعلن إليهم، وذلك عن طريق الحصول على معلومات متكاملة للخصائص الفردية لكل منهم ومدى تفاعل الفرد مع المجتمع.

ومن المعلوم، أن هذه المعلومات تتركز في الرغبات والدوافع والاتجاهات التي تحرك السلوك الاجتماعي وتؤثر في نوعية القرارات الإعلانية.

فالمستهلك هو نقطة الهدف من عملية الاتصال وهو كذلك نقطة البداية لأي نشاط.

يقول د. عبدالله بن سعود المعيقل: في مرحلة سابقة من حياتي الجامعية قمت بدراسة علمية تتناول (تأثير الإعلانات التجارية في التليفزيون السعودي على الأطفال) وتوصلت لمجموعة مهمة من النتائج، منها:

١ - يؤدي الإعلان عن سلع تجارية إلى ازدياد معرفة الأطفال بهذه السلع ومكوناتها وفوائدها الغذائية.

٢ - يقوم الأطفال بتقليد أطفال الدعاية، كأن يقتنوا الفرشاة والمعجون من الصنف المعلن عنه، وتقليد الحركات والرقصات.

٣ - أدى الإعلان إلى إقبال الأطفال على سلع دون أخرى حسب درجة الإقناع في الدعاية ذاتها.

٤ - أخذ الأطفال يرددون العبارات الواردة في الإعلانات التجارية .

ولا غرابة ، فإن الأهداف الإعلانية من المستهلك تتحقق على النحو التالي :

أ - يتمكن الإعلان التجاري من الاستحواذ على رضا المستهلكين للسلعة عن طريق قيامه بتزويدهم بمجموعة من المعلومات والبيانات التي تساعدهم على اكتشاف بعض الخصائص الذاتية للسلعة أو الخدمة .

ب - يؤثر الإعلان التجاري في تغيير اتجاهات المستهلكين ورغباتهم الشرائية ، وذلك إذا ما بُني تصميمه على دراسة وافية لمكونات السلوك الإنساني والقرارات الشرائية .

الإعلان التجاري: عوامل نجاحه:

إن نجاح الإعلان التجاري يتوقف على عدة عوامل منها : وجود دوافع شرائية قوية ، ووجود إمكانية كبيرة لتمييز السلعة أو الخدمة وتوافر مخصصات إعلانية كافية لأداء العمل الإعلاني بكفاءة ، والزيادة المستمرة في الدخول القابلة للإنفاق ، وازدياد عدد متاجر الخدمة الذاتية وازدياد التطور التقني الذي يؤدي إلى التوسع الانتاجي والتسويقي .

يقول د. زيد الرماني في تعليقه على ما سبق: إن الكم الهائل من الإعلانات الدعائية التي تزخر بها أجهزة الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة في جميع دول العالم هو أحد المقاييس الأمينة لنزعة الاستهلاك التي ألمّت بالبشر في هذا الزمن، إذ يلجأ المنتجون إلى كل وسيلة متاحة لحثّ الناس على زيادة الاستهلاك.

وقد نجح الإعلان التجاري في دفع الناس للشراء والمزيد منه.

ولا يقتصر الأمر على الإعلانات والدعاية الجذابة، وإنما هناك أساليب أخرى مثل التسهيلات في عمليات الشراء بحمل السلع إلى مقر سكن أو عمل المستهلك، وأساليب الدفع بالبطاقات والأقساط، ومكافأة المشتري كلما كثّف من سلوكه الاستهلاكي.

وقد سهّل الحاسب بتقنيته المهمة، إذ يدرس المنتجون من خلاله نفسية المستهلك وأنسب أساليب الدعاية لسلعهم.

الإعلان التجاري: نحو إعلان هادف وصادق:

لابد من تغيير وجهة نظر الإعلان التجاري برمتها، فبدلاً من النظر إلى المستهلك انطلاقاً من المنتج، ينبغي النظر إلى المنتج بعيني المستهلك. إن منظار المستهلك يرغم المعلن على التساؤل عن أذواق الناس.

خاصة أن منظار المستهلك يخدم المصالح الخاصة للمعلنين إلى جانب توسيع مجال تأثير الإعلان، والانفلات من القيود المفروضة على الإعلان القديم.

ومن ثم، فيبغي أن تقوم وكالات الدعاية والإعلان في هذا الصدد بما يلي:

١ - إجراء دراسات تسويقية لعملائها، تتناول رغبات وحاجات المشترين من السلع والخدمات موضوع الإعلان.

٢ - اختيار الوسيلة الإعلانية المناسبة لنقل الرسالة الإعلانية إلى المستهلكين والمشترين المستهدفين.

٣ - جمع البيانات والمعلومات الخاصة بالسلع والمستهلك موضوع الإعلان.

خاتمـــة

إذا كان الإعلان يتحدد بوصفه الفيروس المسؤول عن الخلخلة الاجتماعية والاقتصادية المعاصرة في كثير من المجتمعات الحديثة.

فإنه أصبح اليوم جزءاً أساسياً في حياتنا اليومية الاجتماعية، فهو المتحدث الرسمي عن نشاط المنشآت والأفراد وهو وسيلة

المستهلكين للتعرف على السلع والخدمات، وهو أداة استشارية عند اتخاذ قرارات استهلاكية.

ومن ثم، لم يعد الإعلان التجاري قاصراً على العاملين به فحسب، وإنما أصبح يضم خدمات جديدة، أخذت في الظهور وتتطلب تعدد الاختصاصات وتنوع الخبراء واتساع الرقعة الجغرافية للأسواق الإعلانية.



أثر التنشئة الاستهلاكية على سلوكيات الأطفال

مقدمـــة:

إن التربية السليمة تتطلب إكساب الطفل حقائق وقيماً ومهارات واتجاهات معينة، منها الاتجاه نحو ترشيد الاستهلاك.

وحيث إن كثيراً من المعلومات والبيانات المتعلقة بترشيد الاستهلاك وتوجيه المستهلك و تكوين الاتجاهات السليمة لديه ليست فطرية وإنما هي مكتسبة.

فلابد إذن، من دراستها وممارستها وربطها بجوانب الحياة اليومية ومتطلباتها الأساسية. وحيث إن الطفل فرد في أسرة، مستهلك للغذاء والملابس واللعب والمصروف وممتلكات الأسرة من أجهزة وأدوات.

لذا، فإن الاهتمام بمراقبة الطفل وتوجيه سلوكه التوجيه السليم أمر ضروري حتى يمكنه أن يشارك بنصيب من الجهد والعمل في تنظيم الاستهلاك.

وفي هذا التحقيق نحاول أن نسلط الضوء على مسألة مهمة هي التنشئة الاستهلاكية وأثرها على سلوكيات الطفل.

التطبيع الاجتماعي للطفل ونمط استهلاكه:

تحدثنا الأخت عزيزة عاكف عن ذلك فتقول: لاشك أن

التطبيع الاجتماعي للطفل له أثره في تحديد أنماط سلوكه الاستهلاكي، إذ أن ترشيد الاستهلاك من أهم أهداف المجتمعات عامة، فالدول تعمل على ترشيد استهلاك المواطنين عامة، فالدول تعمل على ترشيد استهلاك المواطنين وحثهم على تنظيم الاستهلاك الفردي والأسري.

لذا فإن نمط استهلاك الفرد يتوقف على مدى وعيه بأهداف الدولة وسياستها الاقتصادية، كما يتوقف على نوعية المعلومات والعادات والاتجاهات التي تكونت وتأصلت لديه منذ الصغر بالممارسة اليومية.

ماهية التنشئة الاستهلاكية:

عن ذلك تحدثنا الدكتورة نوال رمضان فتقول: إن العملية المستمرة والتي يتعلم من خلالها الطفل المعارف والمهارات والاتجاهات التي تتناسب مع السلوك الاستهلاكي المتعلق بالحصول على المنتجات أو الخدمات واستتهلاكها، تعرف بالتنشئة الاستهلاكية!

أما المجالات التي يتضح فيها سلوك الطفل الاستهلاكي: فتوضحها لنا الدكتورة فاطمة البكر بقولها: من الحكمة تدريب الطفل في سن مبكرة من حياته وفي مستويات الدخل

المختلفة على استعمال النقود، ومن الأفضل أن يأخذ الطفل قرار الشراء حسب النقود التي معه.

وينبغي مراعاة أن تكون المبالغ المعطاة للطفل مناسبة لسنه، وأن تعطى له بانتظام.

وواجب الأسرة تشجيع الطفل على البدء في ممارسة عملية الشراء عن طريق اختيار شيء معين ثم دفع ثمنه.

كما يستحسن أن تتاح للطفل الفرص لشراء الملابس والألعاب والغذاء حتى يدرك أن السلع المختلفة لها أسعار مختلفة.

ثم إن ذهاب الطفل إلى المتجر للشراء بنفسه يشعره بالارتياح والثقة في النفس والاستقلال لتنمية قوة الشخصية لديه.

الملابس وسلوكيات الأطفال الاستهلاكية:

تقول الدكتورة البكر: إن الملابس تلعب دوراً مهماً في الإنفاق الاستهلاكي وفي تكوين شخصية الطفل وتكوين صداقات جديدة وزيادة شعوره بالثقة بالنفس، فعلى الأسرة أن تنمي لدى الأطفال عادات وسلوكيات سليمة في اختيار الملابس من حيث الجودة والثمن.

الغذاء وسلوكيات الأطفال الاستهلاكية:

تقود الدكتورة البكر: يلعب الغذاء دوراً مهماً هو الآخر في جميع مراحل العمر، إذ ينبغي إكساب الطفل عادات غذائية صحية سليمة حتى يكون له أكبر الأثر في اتباع الطفل سلوكاً صحياً وغذائياً سليماً سوياً عند الكبر.

وتبين الدكتورة رمضان دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية للطفل، فتقول: إن الأطفال يتعلمون السلوك من خلال سلسلة من المواقف ومعاملة الآخرين لهم والأماكن التي يحدث فيها السلوك الاستهلاكي، هذه الأمور تقدم الفرصة للطفل لكي يتعلم السلوك الاستهلاكي.

وتستعرض الدكتورة رمضان الطرق التي تؤثر بها الأسرة على التنشئة الاستهلاكية للطفل، فتقول:

١ - تؤثر الأسرة على القدرات المعرفية العامة، تلك التي تؤثر على نمو مهارات الطفل الاستهلاكية.

٢ - يمكن للأسرة أن تساعد على عملية تدريب قدرات الطفل المعرفية في المواقف الاستهلاكية.

٣ - يمكن للأسرة أن تؤثر بشكل مباشر على سلوك أطفالها الاستهلاكي أو تعليمهم مهارات استهلاكية مثل تشجيعهم

على اختيار هدايا الأعياد ومناقشة ميزانية الأسرة أمامهم واصطحابهم إلى السوق.

إن نمط السلوك الاستهلاكي لدى الطفل يتأصل لديه منذ الصغر، ولذا فهو يتأثر بالعديد من العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية.

الطفل المستهلك والعوامل المؤثرة عليه:

تقول الدكتورة البكر: أهم العوامل تتمثل في: التقليد والمحاكاة والدخل النقدي ووسائل الإعلام وفنون الدعاية والإعلان.

وقد قام عدة علماء باحثين بتحليل عدد من العوامل مثل الدين والموقع الجغرافي والبيئة الاجتماعية والعوامل النفسية والاقتصادية، وأشاروا إلى أن الطبقة الاجتماعية تلعب دوراً أكبر من جميع العوامل في تحديد نمط الانفاق الاستهلاكي والتعامل بالنقود.

وفي جولة مع المواطنين حول اصطحاب الأطفال للأسواق كوسيلة تربوية - اقتصادية يعرض لنا الأخ عبد الله الحواس الانطباعات التالية:

أ - بعض الآباء يُحرجون داخل الأسواق فيدفعون مبالغ خيالية لمشتريات أطفالهم.

ب - بعض الآباء يفضلون إتاحة الفرصة للطفل للتسوق لتكون له شخصية مستقلة.

جـ - بعض الآباء يحذر من الانسياق وراء رغبات الأطفال ومطالبهم، التي قد تؤدي إلى الإسراف.

وعن الطرق التي يتعلم من خلالها الطفل السلوك الاستهلاكي، تقول الدكتورة رمضان، أهمها:

تعليم الأم للطفل، وسلوك الأم الاستهلاكي، وتفاعل الأمهات مع الأطفال أثناء اتخاذ القرارات الاستهلاكية وقيام الأطفال بأنفسهم بالسلوك الاستهلاكي.

وقد أظهرت بعض الدراسات أن سلوك الأم الاستهلاكي والمعلومات الخاصة بهذا السلوك والتي تسعى الأم لتعليمها للطفل، لها تأثير في تقويم الطفل للسلعة.

القدوة الاستهلاكية في حياة الطفل:

يحدثنا الدكتور زيد الرماني فيقول: إن وجود القدوة السليمة وخاصة في فترة الطفولة يساعد على سرعة التعلم وغرس العادات والقيم والاتجاهات الصحيحة نحو الاستهلاك والتركيز على المفاهيم الخاصة بترشيد الاستهلاك.

كما أن توفير الفرصة المناسبة للطفل من الصغر للمشاركة في عمليات الاختيار والشراء تنمي فيه القدرة على حسن الاختيار، مع تعويد الطفل على الاقتصاد والتوفير وتقليل الفاقد في كل نواحي الحياة الاستهلاكية.

خاتمـــة

في الختام نؤكد على مجموعة من الأمور المهمة:

أولاً: أهمية تقديم القدوة الصالحة في مجال الأنماط الاستهلاكية الرشيدة، وضرورة مشاركة الوالدين الطفل في عمليات الشراء.

ثانياً: أهمية دور وسائل الإعلام والإعلان في توعية الأطفال بأهمية السلوك الاستهلاكي المتزن، وتوجيه برامج إعلامية لتوعية الأطفال بأهمية وكيفية ترشيد استهلاكهم.

ثالثاً: يا حبذا عرض أصول التربية الاقتصادية السليمة على أفراد المجتمع ودعوتهم للأخذ بها وحثهم على التنشئة الاستهلاكية الصحيحة.

رابعا: التأكيد على أنه إذا تصرف كل شخص كما يشاء في المدى القريب، فإننا جميعاً الخاسرون على المدى البعيد.

❊ ❊ ❊

الأخطبوطان الخطيران (الإسراف والتبذير)

مقدمـــة:

إن نظام الانفاق في الإسلام محكوم بمجموعة من النصوص القرآنية والنبوية، من مثل قوله تعالى: ﴿وَلا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا (٢٩)﴾ [الإسراء] ويقول سبحانه: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَٰلِكَ قَوَامًا (٦٧)﴾ [الفرقان] ويقول جل شأنه: ﴿وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ (٣١)﴾ [الأعراف] ويقول جل ذكره: ﴿وَلا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (٢٦) إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ﴾ [الإسراء: ٢٦ , ٢٧] وفي الحديث قوله عيه السلام: «كل واشرب والبس وتصدق من غير مخيلة ولا إسراف» ويقول عليه السلام: «ما عال من اقتصد».

إذن تمثل هذه النصوص في مجملها القاعدة الأساس التي يقوم عليها نظام الانفاق في الإسلام.

وهي إحدى القواعد الرئيسة التي يرتكز عليها بناء الاقتصاد الإسلامي.

لا شح ولا تقتير ولا إسراف ولا تبذير.

نهج إسلامي متزن معتدل وسط، لا إفراط فيه ولا تفريط.

فلا مندوحة من أن نتزين ونأكل ونشرب ولكن باعتدال لا نفرط في زينتنا ولا نسرف في مأكلنا ولا نبذر في مشربنا .

فالإسراف والتبذير يلحقان بنا الضرر والخسارة ويصيبنا بسببهما الفقر والفاقة فهما للمال آفات .

وفي هذا التحقيق نحاول تسليط الضوء على أهم الجوانب ذات العلاقة بظاهرة الاسراف والتبذير ، الماهية ، الآثار ، الأخطار ، وسائل التصدي .

حقيقة وماهية الظاهرة:

إن من الظواهر الخطيرة التي غزت مجتمعنا في السنوات الأخيرة : ظاهرتا الإسراف والتبذير فسيطرتا على كل تصرفات كثير من النساء على مختلف أعمارهن وثقافاتهن .

يقول د . زيد الرماني ، من الملاحظ أن هاتين الظاهرتين (الإسراف والتبذير) لم تقتصرا على حفلات الزفاف ، وما يسبقها ويليها من احتفالات وما يلزمها من احتياجات وما استحدث فيها من محدثات .

وإنما امتد هذان الأخطبوطان الخطيران إلى داخل معظم البيوت ، فشملا الملابس والمآكل والمشارب والأثاث ، إذ امتلأت تلك البيوت بالأواني الذهبية والفضية رغم حرمتها الشرعية .

أما خزانات ملابس النساء فقد تكدست بأفخر الثياب التي بلغت تكاليفها آلاف الريالات حتى الأحذية النسائية أصبحت تشترى بأثمان خيالية.

زد على ذلك الحلي والمجوهرات التي باتت تتصدرها اللآلئ والألماس.

بل، لقد غدت أحاديث النساء في معظم الاجتماعات تركز على أحدث ما وصل إلى المعارض والأسواق من أقمشة وموديلات.

فمما لا شك فيه أن المبذرين المسرفين يدرجون ضمن قائمة الفريق المتهاون المتلاف.

لذا، نقول:

لماذا صار الشغل الشاغل للغالبية العظمى من نسائنا وفتياتنا هو الثياب والمجوهرات والسهرات والحفلات؟

ولماذا كل هذا الإصرار من الزوجة على إقامة حفل زفاف كبير لأولادها بكل سوابقه وتوابعه غير مبالية بالتكاليف؟

ولماذا تصر على أن يكون هذا الحفل هو حديث المجتمع والناس، ولماذا تتفنن في التجديد والابتكار في هذه الحفلات؟

ولماذا لا تبالي العروس بتكاليف حفل زفافها المقام في أفخر الفنادق وأفخم الصالات، ولا تأبه بتكاليف فستان زفافها

المصمم لها خصيصاً في روما أو باريس أو لندن، بمبلغ يكفي لتأثيث بيت متكامل؟ ولماذا تحرص على أن تكون علب حلوى قرانها من أفخم الأنواع.

المسؤولية تقع على مَنْ؟!:

لقد أجمع من كتب في هذا الموضوع على أن المرأة وحدها هي المسؤولة عن كل ذلك الإسراف، وهذا التبذير وأن الرجل غير راضٍ عن ذلك كله، ولكنه عجز عن منعه!!!

تقود الأستاذه سهيلة زين العابدين حماد: مع احترامي وإجلالي الشديدين لأصحاب هذا الرأي إلا أنني أخالفهم فيه، فعهدنا بالرجل على غير تلك الصورة الضعيفة الهزيلة المهزوزة، أليس المال المنفق المبذر هو ماله؟ وإنني أتعجب وأتساءل في آن واحد إذا كان الرجل غير راضٍ عما يحدث في حفلات الزفاف والمناسبات العامة من بذخ وإسراف، فلماذا يتفق مع مديري الفنادق وأصحاب المطاعم، وما يسمونها بقصور الأفراح على كل ما تراه من تبذير وإسراف؟

نعم، لو لم يكن راضياً في قرارة نفسه عن ذلك لما وافق المرأة على إسرافها، وانقادَ لمطالبها واستسلم لتبذيرها، لذا، فإني أرى أن الرجل يُعدُّ مسؤولاً هو الآخر عن تفاقم هاتين

الظاهرتين، مثله مثل المرأة، مهما حاول تبرئة نفسه، ويشاركهما المجتمع في هذه المسؤولية . .

أسباب الإسراف والتبذير:

تقول الأخت صباح المالكي : أسباب الإسراف والتبذير هي حاجة المرأة لتملك بعض الأشياء التي ترى أنها في حاجة إليها لتجميل المنزل، أو لإضفاء البهجة على الأسرة والأبناء بوجه خاص من ألعاب وملابس واحتياجات .

ويقول د. زيد الرماني، كذلك يرجع الإسراف والتبذير إلى العادات والتقاليد الاجتماعية كالإسراف في الولائم والأفراح والمهور، بسبب التباهي والافتخار والاغترار بالمكانة الاجتماعية كما يرجع ذلك إلى الجهل بأضرار الإسراف والتبذير، كذا التنشئة الأسرية ، وتقول الأخت بدرية المطيري: هناك من النساء مَنْ يشترين أغراضاً ليست ضرورية ولا في حدود إمكانياتهن ويدفعن بالرجال إلى دفع الكثير من أجل إرضاء رغباتهن الجنونية .

أما الأخت فوزية خليل فتقول: إن هذه الظاهرة عادة ما تكون ردة فعل انفعالية تتولد في نفس المرأة وتدفعها في لحظة عابرة تحت قوة الاندفاع التي تسيطر عليها من أجل تحقيق

هذا الانفعال، وهذا يمثل عندها طريقة تعويض عن حاجات ورغبات مكبوتة وهذه الظاهرة أكثر شيوعاً بين النساء، بحثاً عن الرضا والسعادة المفتقدة.

أيهما أكثر إسرافاً الرجل أم المرأة؟ :

تقول الأخت صباح المالكي: إن المرأة أكثر إسرافاً من الرجل، حيث تحتاج إلى ملابس متعددة وأدوات زينة وأدوات تجميل واحتياجات لمنزلها وتحب تعدد الملابس لأبنائها ليكونوا في مظهر مناسب وجيد دائماً.

وأيضاً الرجل مسرف، حيث يكافئ الأبناء دائماً بالألعاب التي تدخل البهجة على وجوههم وأثناء السفر والرحلات لكي يسعد أسرته.

أما الأستاذ على عبدالله غلوم فيقول: الشائع بيننا أن المرأة أكثر إسرافاً من الرجل، سوء في ملبسها أو انفاقها، ولكن هناك من الرجال مَنْ هم أكثر إسرافاً في أموالهم وسلوكهم ومقتنياتهم، فالأمر نسبي ويرتبط بحجم ما يتوافر لدى الفرد من مغريات نحو الإسراف.

آثار الإسراف والتبذير:

يقول د. زيد الرماني عن ذلك: إن تغيرات الأزياء والنماذج

المتعددة إن هي إلا تقلبات مفتعلة لحمل المستهلكين على الشراء والمزيد منه، يفعلون ذلك تحت تأثير الحملات الإعلانية، وتبدو هذه الظاهرة بوضوح في أزياء النساء ولا شك أن الآثار خطيرة خاصة على ميزانية الأسرة واستقرار الحياة الزوجية وانتشار الثقافة الاستهلاكية، وشيوع العقلية المترفة وتفشي أساليب البذخ والمباهاة.

وسائل معالجة ظاهرة الإسراف والتبذير:

تقول الأخت نعيمة الغازي: ينبغي على المرأة عندما تشعر بأن حافز الإنفاق يدفعها إلى مزيد من الإسراف والتبذير والتسوق والشراء أن تتعامل مع ذلك باتباع الخطوات التالية:

١ - أن تتمهل قليلاً قبل أن تخرج نقودها لتسأل نفسها إن كان هذا الشعور حقيقياً أم انفعالياً.

٢ - أن تحرص على ألا تشتري محبة الآخرين بالهدايا والإنفاق المفرط.

٣ - أن تسأل نفسها قبل الشراء إذا كان يمكنها شراء ما هو أفضل من هذا الشيء إذا أتيحت فرصة عرض أفضل في السعر.

٤ - أن تحدد جوانب النقص العاطفي عندها، لمعرفة إن كان هذا الشراء المفرط يعوض هذا النقص.

٥ - أن تسأل نفسها عن الحاجة الضرورية للشراء هذا اليوم.

خاتمـــة

نخلص من هذا التحقيق إلى النتائج والتوصيات الآتية:

أولاً: يغلب على السلوك الشرائي النسوي طابع التلقائية (الشراء النزوي) وقد أثبتت الدراسات أن ٦٠٪ من القرارات الشرائية قرارات نزوية.

ثانياً: يتصف السلوك الاستهلاكي عند المرأة بأنه في الغالب سلوك استهلاكي ترفي، بدافع المباهاة والمفاخرة أو حب التميز والشهرة.

ثالثا: رغبة الزوجة في الشراء، شراء ما تحتاجه ومالا تحتاجه هو سبب لبعض المشكلات الزوجية.

رابعاً: ينبغي على وسائل الإعلام ومحاضن التربية توجيه مزيد من الاهتمام لهذه الظاهرة ببيان أسبابها وآثارها ومعالجتها.

خامساً: يُوصى بنبذ المبالغة في النفقات والمشتريات، إذ التوسط لُب الفضيلة وهو خير الأمور.



مستهلكون بلا هوية وقعوا في الفخ
أيها المستهلكون.. احذروا فخ الاستهلاك

مقدمــــة:

لاشك أن للمال عند الإنسان جاذبية قوية، تجعله ينشد إليه ويسير باتجاهه، متصوراً أن هذا المال يحقق له كل طموحاته وتطلعاته الاستهلاكية وهذا التصور هو أحد أسباب سيادة ثقافة الاستهلاك وشيوع العقلية الاستهلاكية مؤخراً في مجتمعاتنا المعاصرة.

والمشكلة التي أكدها العديد من العلماء المتخصصين أن المستهلك المعاصر كائن معقد في تكوينه النفسي، إذ تحركه الغرائز المتعددة وتتحكم فيه مختلف العواطف، ويتأثر سلوكه بما يسيطر عليه من نزعات فضلاً عن تباين الحاجات المادية والنفسية.

فلا عجب، إذن أن يقول إريك فروم - العالم النفساني في كتابه (نتملك أو نكون) إن هوية المستهلك المعاصر تتلخص في الصيغة الآتية:

أنا موجود بقدر ما أملك واستهلك.

وكأن الإنسان المستهلك اليوم، رضيع لا يكف عن الصياح في طلب زجاجة الرضاعة، نزوغ للاستهلاك.

وفي هذا التحقيق نناقش القضية بجوانبها المختلفة باستضافة عدد من المتخصصين في العلوم الاجتماعية :

الاستهلاك وقفة تاريخية:

يقول الدكتور زيد الرماني : في القرن الماضي كان كل شيء يقتنى ويشترى موضع رعاية وعناية خاصة واستخدام إلى آخر حدود الاستخدام، فكانت الأشياء والسلع تشترى ليحافظ عليها وكأن شعار ذلك القرن : ما أجمل القديم .

وفي هذا القرن أصبح التأكيد على الاستهلاك وليس على الحفظ أصبحت الأشياء تشترى لكي ترمى فأياً كان الشيء الذي يشترى، سيارة، أو ملابس أو آلة من أي نوع، فإن الشخص سرعان ما يمل منه، ويصبح تواقاً للتخلص من القديم وشراء آخر طراز وموديل، وكأن شعار اليوم : ما أجمل الجديد .

الاستهلاك كرة ثلجية:

يقول الدكتور إحسان الطالب : الاستهلاك في حد ذاته يمكن أن نقارنه بما يسمى الكرة الثلجية، فلو نظرنا إلى الكرات الثلجية النازلة من الجبال، التي تبدأ صغيرة ثم تكبر وتكبر إلى أن تصل إلى النهاية ، ثم تتفتت بعد أن تكون تضخمت إلى

درجة كبيرة، وهي في نزولها تكبر بطريقة شبه آلية، هذا ما يحصل في الاستهلاك أيضاً، الذي يكون في الغالب استهلاكاً غير عقلاني.

الاستهلاك نظرات اقتصادية:

يقول الدكتور الرماني: من المعلوم أن المستهلك أ صبح اليوم يشكل عاملاً مهماً في تطور المجتمعات ونموها، وسلوكه يشغل مركزاً رئيساً في تفكير المفكرين والعلماء والمخططين للتنمية.

بالأمس كانت النظرة الاقتصادية للمستهلك هي السائدة حيث كانت تنظر إلى المستهلك على أنه كائن اقتصادي عقلاني يسعى من خلال التصرف برشادة، ودراسة للاجتماعات والبدائل المتاحة، للحصول على المنفعة الأعلى.

أما اليوم، فإن المستهلك يقبل بالمعلومات المتوافرة لديه ولو كانت ناقصة أو خاطئة أو مغلوطة، ويتوقف عن البحث عن معلومات إضافية ثم يقرِّر الشراء دون دراسة أو رويّة.

لأن المستهلك هو أساس السوق والمحرِّك لكافة قوى النشاط الاقتصادي، كان الاقتصاديون في مقدمة المهتمين بدراسة شؤون الاستهلاك والمستهلكين من حيث دوافع

شرائهم ومعرفة أساليب تحقيق الإشباع الكافي لاحتياجات شرائح المستلهكين.

لذا، تغلّب الاقتصاديون على إخوانهم الاجتماعيين والنفسيين والتربويين في الاهتمام والعناية بالمستهلك وبواعثه ودوافعه وسلوكه إلى حد ما.

النمط الاستهلاكي أسلوب حياة:

يقول د. عبدالرحمن العسيري: لعل من أهم الصفات التي أفرزتها الحضارة المعاصرة النمط الاستهلاكي، حيث أصبح الفرد عبداً لشهواته ورغباته بحيث لا يستطيع كبح جماحها ولا الوفاء باحتياجاتها المتزايدة.

وذلك بعكس القروي البسيط والبدوي القانع الذي يرضى من العيش بالكفاف والضروري في مأكله ومشربه.

ومع اتساع النمط الغربي في المعيشة في كافة أرجاء العالم الإسلامي شاع ما يطلق عليه أسلوب التحضر أو التمدن، وأصبح الأسلوب الغربي هو الأسلوب القدوة الذي ينشده بعض الناس والمجمتعات، كتعبير عن مستوى تحضرهم فكرياً وسلوكياً.

إن النمط الاستهلاكي الذي أفرزته الحضارة الحديثة من وجهة نظري ليس إلا جزءاً من النظام الاقتصادي الغربي الذي يجعل من المادة كل شيء ومن أجلها يضحى بكل شيء.

الاستهلاك إغراء:

يقول د. الطالب: إنسان يحتاج إلى سيارة واحدة فقط، لكننا نجده يجمع لديه ثلاث سيارات أو أربع زعماً منه بأن منزلته الاجتماعية سوف ترتفع وتكون له وجاهة في المجتمع.

وآخر يحتاج إلى هاتف، لكنه يطلب أيضاً هاتفاً نقالاً، وجهاز نداء آلي، وغداً ستأتي مبتكرات جديدة من الهاتف بالصورة وهاتف بالفاكس وسيستمر هذا الإنسان في جمع ذلك.. إنه إغراء الاستهلاك غير المتزن.

الاستهلاك تقليد ومحاكاة:

يقود الدكتور معتز سيد عبد الله: إن جزءاً من الاستهلاك ليس بالقليل فيه مسايرة لما يحدث في المجتمع سواء بين الأصدقاء أو الزملاء والأسر أو الجيران من أجل أن يظهر الشخص بالصورة المقبولة اجتماعياً، وما يحدث في حفلات الأعراس والمناسبات العامة دليل على ذلك، فبعض الناس ينفق في هذه الحفلات الكثير مسايرة لضغوط المجتمع وحتى يظهروا أمام الآخرين أحسن الناس.

الاستهلاك تخمة:

يقول د. الطالب: وأعطي لذلك مثالاً، إنسان شبعان

ويستمر في الأكل، ما النتائج، إنها لابد أن تكون مضرة بالجسم والنفس، والحال نفسه للمستهلك المتخم الذي يطلب المزيد من الاستهلاك، إذ أنه باستهلاكه الأشياء التي لا حاجة له بها، فإنه يهدر ثروة يمكن استغلالها في وقت الحاجة، كذلك فإن الاستهلاك الزائد عن الحاجة يقود المجتمع إلى اتجاهات غير صائبة، وهذا سينعكس على الثقافات والأخلاقيات في المجتمع.

الاستهلاك تفاخر ومباهاة:

يقول د. معتز: يحرص بعض الناس على التظاهر والتفاخر والتباهي أمام الآخرين بالأشياء التي يتم شراؤها بامتلاك سلع ومنتجات لا يمتلكها الآخرون، والأشخاص الذين يوجد لديهم هذا الدافع لا يكون حرصهم على الشراء والاقتناء فقط للأشياء، ولكن إبرازها أمام الآخرين وإظهارها أمامهم أو على الأقل الحديث المتكرر عنها أمامهم وأن سعرها مرتفع كثيراً وأنها مستوردة من بعض الدول الأجنبية.

الاستهلاك غول:

يقول د. الطالب: في الحقيقة فإن الاستهلاك إذا ما ربط بالمواضيع المادية، فهذا طبعاً شيء مخيف، لأنه يدعم الجانب المادي في المجتمع على حساب القيم والأخلاق وعلى حساب الثقافة الأصيلة الأساسية.

الاستهلاك فـخ:

يقول د. الرماني : لقد وقع الكثير من المستهلكين بلا هوية في الفخ ، نتيجة لوسائل الإعلام وفنون الدعاية والإعلانات التجارية والثورة الاستهلاكية والإنتاجية الكبيرة.

إن القضية ليست اليوم في أن ننتج لنستطيع إشباع حاجاتنا ، بل نستهلك ونبذر حتى نستطيع أن ننتج ، وكل شيء يجري كما لو كنا خاضعين لآلة تنتج بضائع وتوجد أسواقاً ، وتصنع وتكيف مستهلكين لإشباع حاجات هذه الآلة العجيبة.

حقاً ، إن غالبيتنا مستهلكون بلا هوية ، ولا عجب إن وقعنا في الفخ؟!!

المستهلك فأر تجارب:

يقول د. العسيري : الإنسان المستهلك المعاصر لا يعدو كونه فأراً لتجارب المصانع التجارية ذات الأهداف الاقتصادية البحتة بكل المعايير ، حيث تتسابق المصانع لتسويق منتجاتها وإغراء المستهلكين لشرائها وتملكها غير آبهين بالأضرار الصحية أو الاجتماعية أو الاقتصادية التي قد تسببها بعض تلك السلع.

الاستهلاك متعة تسوق:

يقول د. معتز : بعض الناس يشعر بالمتعة أثناء تجولهم في الأسواق ومشاهدة واجهات المحلات والسلع المعروضة

فيها، وربما يقضي الشخص ساعات طويلة في هذه العملية ولا يشعر بأي شكل من أشكال الملل أو الضيق أو ضياع الوقت.

السلع الاستهلاكية نماذج كرتونية:

يقول د. العسيري: للأسف فقد أصبحت المصانع تنتج آلاف السلع الكرتونية التي لا يتجاوز عمرها الافتراضي بضع سنوات قليلة، مما يجعلها لا تعدو كونها قبراً متنقلاً يدفع ثمنه الفرد برضى تام، ومَنْ يبقى على قيد الحياة، فإنه لا شك سوف يقوم بإصلاح ذلك القبر المتنقل بكل مدخراته أو جزءاً كبيراً منها، فهناك السموم المزخرفة خارجياً المليئة بالكيماويات والمواد الحافظة والملونة والمسرطنة داخلياً.

الاستهلاك رغبة في الاكتناز:

يقول د. معتز: يميل بعض الناس إلى جمع السلع والمنتجات وشرائها بأنواعها وأشكالها المختلفة لمجرد امتلاكها فقط، بصرف النظر عن الحاجة إليها من عدمه، وهذه بمثابة رغبة ذاتية بحتة لجمع الأشياء وامتلاكها، بدافع المجاراة أو التباهي.

الإعلام الاستهلاكي تجارة:

يقول د. العسيري: إن وسائل الإعلام وخاصة التليفزيون والإذاعة التي يفترض أنها تقوم بدور الترفيه والتثقيف والتوعية سيطر عليها لغة التجارة، فأصبحت البرامج تُموّل من قبل التجار.

لذا، فهي لا تخدم سوى مصالحهم والدعاية لسلعهم، حتى أصبح أطفالنا في سنوات عمرهم الغضة يتغنون بتلك السلعة، وأصبح الناس مسلوبي الإرادة أمام مغريات الحياة الحديثة.

الاستهلاك تخدير وخدعة:

يقول د. الرماني: نتيجة لظاهرة الاستهلاك دون هوية والنهم الاستهلاكي وحمّى الشراء، أصبح لدينا مجموعة كبيرة من المستهلكين المخدرين والمستهلكين المخدوعين، وأصبحوا نتيجة السلوكيات الاستهلاكية الجديدة المعتمدة على ثورة المتغيرات والانتاجية الكبيرة، أصبحوا تحت التخدير الموضعي.

وانتهج أولئك المستهلكون مسلكاً استهلاكياً معيناً يخفون معه شيء ما في نفوسهم وفي أكثر استهلاكهم هم يمارسون تمثيلية، تستلهم فصولها من غيرهم، خيارهم عشوائي حسب

ما يمليه ذوق المصمم أو حسب النص الإعلاني، بل لقد عمدت الإعلانات التجارية والدعايات التسويقية إلى خداعهم ودفعهم إلى المزيد من الشراء لأشياء لا حاجة بهم إليها فعلاً، فانساقوا إلى ذلك مخدوعين.

خاتمـــة

في ختام هذا التحقيق، نقول:

أولاً: أيها المستهلكون احذروا تأثير وسائل الإعلام الذي يدعو إلى الشراهة الاستهلاكية ونهم الانفاق وحمّى الشراء والتسوق.

ثانياً: أيها المستهلكون.. احذروا تقليد المجتمعات المترفة ذات النمط الاستهلاكي الشره المترف.

ثالثاً: ينبغي أن نقدم بعض الخدمات الإرشادية لتوعية الناس بأضرار السلوك الاستهلاكي المبالغ فيه وآثاره السلبية على المجتمع.

رابعاً: ينبغي أن يُخصِّص الخطباء والمعلِّمون والعلماء مساحات مناسبة من الخطب والتآليف والمحاضرات لإبراز ضرورة ترشيد الاستهلاك.

❊ ❊ ❊

الفصل السادس

المكتبة الاقتصادية الأسرية

الكتاب : اقتصاد البيت المسلم في ضوء الشريعة الإسلامية .

المؤلف : د. حسين شحاته .

الناشر : دار الطباعة والنشر الإسلامية - القاهرة .

* * *

البيت يعتبر دعامة أساسية في بناء المجتمع المسلم وبالتالي دعامة في بناء الدول الإسلامية .

والأسرة في الحقيقة بمثابة شركة مديرها الرجل ولكن في تفاهم مع الزوجة دون استبداد ولكن في جو من المودة والرحمة والتعاون .

وهذا الكتاب يمتاز ببيان الأسس الإسلامية التي تحكم اقتصاد البيت المسلم من بداية تأسيسه وهي مرحلة الخطبة إلى مرحلة الحياة الكريمة وإنجاب الذرية الصالحة وحتى توزيع الميراث .

كما تناول الكتاب بعض القضايا المرتبطة بالبيت المسلم مثل : الضوابط الشرعية التي تحكم الكسب والإنفاق

والادخار والاستثمار والتملك وأسس وضع الميزانية ومراقبتها طبقاً للمنهج الإسلامي .

كما تعرض المؤلف لاقتصاديات عمل المرأة والجوانب الاقتصادية للحجاب واقتصاديات التبرج والسفور .

وختم المؤلف كتابه بمجموعة من الوصايا والإرشادات الاقتصادية التي تساعد أفراد البيت المسلم في تنظيم وإدارة المنزل على هدى ونور الإسلام .

وقد راعى المؤلف في كتابه التبسيط والسلاسة قدر الاستطاعة ليتمكن غير المتخصص في مجال الاقتصاد الإسلامي من الاستفادة من كنوزه .

أما عن المقاصد العامة لهذا الكتاب ، فمنها :

١ - خلو مكتبة البيت المسلم ومكتبة الاقتصاد الإسلامي من الكتب المتعلقة بالدستور الاقتصادي الإسلامي للبيت المسلم .

٢ - تقديم أنموذج لتطبيق أسس الاقتصاد الإسلامي في مجال البيت والأسرة .

٣ - الاستفادة من معلوماته وتحليلاته في مجال دراسة وتدريس الاقتصاد الإسلامي .

٤ - تقديم بعض النصائح الاقتصادية لأفراد البيت المسلم في ضوء الشرع ومقاصده وأحكامه.

ومن أبدع ما في هذا الكتاب الفصل المخصص لوصايا اقتصادية إسلامية للبيت المسلم حيث وجه المؤلف مجموعة وصايا ونصائح في مرحلة الخطوبة ومقدار الصداق وهدايا العروسين وتأثيث بيت الزوجية وحفل الزواج ووليمة العرس ومجال عمل المرأة وتدبير شؤون البيت.

ومن أبرز هذه الوصايا والنصائح:

أ - تجنّبوا إقامة حفلات الزواج في الفنادق وما في حكمها.

ب - اقتصدوا في نفقات حفلات الزواج فالبيت الجديد أولى وأحق بهذا المال.

جـ - من قوامة الرجل العمل والكسب الطيب للإنفاق على البيت.

د - تجنبوا الانفاق على الترفيهيات والمظهريات والتزموا بالضروريات فالحاجيات ثم التحسينيات.

هـ - من بر الوالدين الانفاق عليهما عند حاجتهم فإعطاء الولد المال لوالديه ديانة وقضاء.

و - الإكثار من الدعاء والاستغفار، لأنهما من موجبات الأرزاق.

ز - اجعلوا في أموالكم صدقة جارية تنفعكم بعد الممات .

وقد حث المؤلف كُتّاب وطلبة الاقتصاد على صياغة النماذج والنظم التطبيقية المتوافقة مع قواعده وأحكامه ومقاصده، وتدريس ذلك للطلبة في مختلف التخصصات ونشره في مختلف وسائل التعليم والإعلام .



الكتاب: التنشئة الاستهلاكية للطفل.
المؤلف: د. نوال سليمان رمضان.
الناشـر: دار النهضة العربية - القاهرة.

* * *

لقد ظلت ظاهرة الاستهلاك لفترة طويلة موضوعاً للبحث من قبل الاقتصاديين وأصحاب المشروعات التجارية، ولكن هذه الأوضاع تغيرت بعد ذلك وظهر الاهتمام بتسويق السلعة وبدأ الباحثون يستعينون بالعديد من الدراسات السلوكية التي تعالج السلوك الانساني، خاصة الجوانب التي لها تأثير على سلوك الشراء.

ومن تلك الدراسات دراسة د. نوال التي تدور حول التنشئة الاستهلاكية للطفل والتي تعتبر نوعاً من المساهمة في مجال الثقافة الاستهلاكية، الذي مازالت تعاني المكتبة الأسرية العربية من نقص واضح فيها.

وقد جاءت الدراسة على النحو التالي:

في الباب الأول: تحدثت المؤلفة عن التنشئة الاستهلاكية بين الأسرة والإعلانات التجارية، فتناولت موضوع الاستهلاك والعوامل المؤثرة عليه، ودور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية

للطفل، والإعلانات التجارية التي يعرضها التليفزيون للطفل والاتجاهات الاستهلاكية للطفل.

وفي الباب الثاني تحدثت المؤلفة عن دور الأسرة والإعلانات التجارية في تشكيل التنشئة الاستهلاكية للطفل، فأشارت للادخار والاستهلاك لدى الطفل، والأسرة والإعلانات والتنشئة الاستهلاكية للطفل مستعنية في ذلك بدراسة إحصائية من خلال عينة بحث.

ومن أهم نتائج الدراسة:

١ - أن تأثير المستوى الاجتماعي ظهر بشكل واضح في إشباع الطفل احتياجاته وتنظيم الطفل لأموره المالية من حيث الإنفاق والادخار.

٢ - أن الطفل لا يعطي انتباهاً كاملاً للإعلانات إلا إذا كانت جيدة.

٣ - أن الأم تمد الطفل بالمعارف الاستهلاكية عن طريق التلقين ومشاهداته لعملية الشراء.

٤ - أن الطفل في المستوى الاجتماعي المتوسط أكثر ادخاراً وترشيداً للاستهلاك.

٥ - أن المستوى الاجتماعي له تأثيره على معايير استخدام النقود لدى الطفل.

❄ ❄ ❄

الكتاب : البطنة تُذهب الفطنة .

المؤلف : د . سمير اسماعيل الحلو .

الناشــر : مكتبة دار التراث - المدينة المنورة .

* * *

إن العادات السيئة والمفاهيم الاجتماعية الخاطئة قد تسيطر على بعض الشعوب كما تسيطر على الأفراد، بحيث تصبح هذه العادات قيماً اجتماعية، وللأسف فإن أصل هذه العادات هوى النفس وحب الظهور والتقليد الأعمى .

ومن هذه العادات السيئة عادة الشره والبطنة وهي تناول الطعام عدة مرات في اليوم إلى حد امتلاء المعدة تماماً، حتى إن الفرد لا يستطيع بعدها أن يضيف شيئاً آخر إلى معدته .

وقد قسم المؤلف كتابه إلى فصول أربعة تحدث من خلالها عن مسلك الأنبياء والصالحين في الطعام، واهتمام الطب الحديث بهذا الموضوع، والصوم الطبي والصوم في الإسلام وتفضيله على الصوم الطبي .

وقد ختم المؤلف كتابه ببعض الأمور التي جعلها خلاصة :

١ - أن تخفيض كمية الطعام المتناول إلى الثلث كما في الهدي النبوي هو عماد الصحة والنشاط بشرط تنويع الطعام والاستفادة من عناصره لوقاية الجسم من الأمراض .

٢ - أن تخفيض كمية الطعام والصوم تتيح للمسلم توفير جزء من وقته، فيبذله فيما ينفعه من علم أو عمل، كذلك يوفِّر له جزءاً من ماله ينفعه فيما يرضي الله عز وجل.

٣ - أن الأبناء حين يرون آباءهم وأمهاتهم يصومون بهذه الطريقة ويقللون طعامهم، فإنهم غالباً ما يقلدوهم، فيتعودون على الطاعات والاقتصاد في الانفاق منذ صغرهم، فيكونون آباء وأمهات سعداء في مستقبل حياتهم.

إن البطنة والتخمة والسمنة تعتبر ضرراً ومرضاً وإسرافاً منهياً عنه.

يجدر بالمسلم أن يعرف حدوده، ويلتزم بما كان عليه رسوله صلى الله عليه وسلم وصحبه الكرام ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، من تخفف في الطعام، وابتعاد عن الشره.



الكتاب: الأطفال والتلوث البيئي

المؤلف: د. فوزي الطيب، وبشير جرار

الناشــر: مؤسسة اليمامة الصحفية - الرياض.

* * *

لا يفرق التلوث البيئي بين الأطفال وغيرهم، إلا أن طبيعتهم الحساسة وطبيعة المراحل التي يمرون بها تجعلهم أكثر عرضة لفتك ملوثات البيئة بهم.

إذ تقتل أمراض الجهاز التنفسي الحادة عند الأطفال التي تنشأ بشكل أساسي من ملوثات الهواء حوالي ٥ ,٤ مليون طفل سنوياً.

ويفاقم تلوث المياه من مشكلات الأطفال فهناك البعوض الذي ينقل الملاريا، والذباب الذي يسبب العمى، والطفيليات والجراثيم والفيروسات التي تسبب في معظمها الكثير من الأمراض والنزلات المعوية التي تحصد سنوياً مئات الآلاف من الأطفال.

وقد أكدت تقارير اليونسيف أن التلوث البيئي المتمثل في عدم توفر المياه النقية والصرف الصحي هو المسؤول الأول عن أمراض الأطفال المتمثلة في الإسهال والتيفوئيد والكوليرا

وأمراض الجهاز التنفسي ومن جراء ذلك يقضي أطفال العالم الثالث نحبهم بشكل مأساوي .

وللأسف، فما زالت صناعة أغذية الأطفال لا تميز بين الربح الجشع وصحة الأطفال، إذ يضاف إلى طعامهم الكثير من المواد الكيميائية على هيئة مواد حافظة ونكهات وملونات، والقصد منها إغراء الأطفال بشرائها .

إن هذا النوع من التلوث الصامت لغذاء الأطفال يهدِّد حياة وصحة ملايين أطفال العالم .

لذا، فقد قسم المؤلفان كتابهما إلى ثمانية فصول، تحدثوا من خلالها عن الأطفال وتلوث الهواء، وتلوث المياه، والتلوث الكيميائي، وتلوث الغذاء، والتلوث الإشعاعي، وأمراض الأطفال، والتعليم البيئي وأهميته للأطفال .

إن أطفالنا يستحقوا منا كل اهتمام، وربما نستطيع أن نبعد عن أنفسنا تهمة تخريب بيئتهم من خلال الاهتمام بها .

وهذا الكتاب محاولة متواضعة في لفت الأنظار لموضوع يستحق منا جميعاً كل اهتمام ومزيد عناية .



الكتاب: ثورة حفاة الأقدام

المؤلف: برتران شنايدر

* * *

كان التفاوت ضئيلاً بين مناطق العالم حينما رسم البحارة خريطة الكرة الأرضية وقاموا بتقسيمها والآن أطلقت المجتمعات ما بعد الصناعية في نصف الكرة الشمالي تقنيتها إلى الفضاء بينما نجد العالم النامي أسفل خط الاستواء يصارع الجوع والجفاف والديون والتخلف: آفات العصر.

ولا تزال معظم السياسات المتبعة في مجال التعاون الدولي غير قادرة حتى الآن على تغيير حقيقة بارزة تتمثل في أن نصف البشرية لا يزال يعيش الفاقة.

لقد تغيرت أسس الحوار أو المواجهة بين الشمال والجنوب، حتى أن الأزمات والصراعات الاقتصادية التي تهز النصف الجنوبي للكرة الأرضية اكتسحت الحواجز التي تحمي الشمال.

إن المأزق الذي يواجه النصف المتخلف من العالم يُشكِّل أولوية سياسية، وهو في الوقت ذاته يحتل مركز الصدارة فيما يسميه نادي روما إشكالية العالم.

فقد شدد نادي روما منذ تأسيسه عام ١٩٦٨م ثم مرة أخرى في عام ١٩٧٢م في تعليقاته على تقرير (حدود النمو) على

الأهمية التي تحتلها المصاعب التي تواجه العالم الثالث في إطار الإشكالية الدولية.

يقول دينيس ميدوز : إن أي تحسّن جوهري في وضع ما يسمى بالأمم النامية يشكِّل شرطاً.

ومن ثم، فقد خصّص نادي روما تقارير عديدة ودراسات متنوعة متلاحقة لقضايا العالم الثالث إيماناً منه بأن تلك القضايا بمثابة التحدي الرئيس في عصرنا الراهن.

بَيْدَ أن نادي روما قرّر أن يغيِّر أسلوب عمله ومعالجاته على أمل أن تجذب تقاريره ودراساته جمهوراً أكبر.

لذلك جاء كتاب أو تقرير (ثورة حفاة الأقدام) لـ برتران شنايدر، حصيلة لملاحظات ميدانية دقيقة وتحليل لسير أعمال معينة على مستوى القرى والمجتمعات المحلية في عشرات المناطق بالعالم الثالث.

إن هدف هذا التقرير يتمثل في محاولة إجراء استعراض شامل لاتجاه رئيس في التنمية من خلال تحليل تفصيلي لسلسلة من مبادرات ريفيين عاديين في تسعة عشر بلداً من بلاد العالم الثالث.

إن ثورة (الحفاة) هذه والتي لا يمكن مقاومتها هي ثورة سلمية، ولكن من الصعب التنبؤ بالمسار الذي يمكن أن تتخذه

إذا تمَّ وضع عقبات وحواجز عديدة أمام مجراها، وقد بدأت المجتمعات الريفية في العالم الثالث تدرك أنها جديرة حقاً بتحمل مسؤولية التنمية الاقتصادية لبلادها على الرغم من فقرها وعزلتها وأصبحت تدرك أن بالإمكان التخلص من وضعها الحرج.

إن التنمية الريفية في العالم الثالث لا يشكل بالنسبة لبلايين الفلاحيين قضية حياة أو موت فحسب، بل وتؤثر أيضاً في أمن وسلام كل أمة من الأمم ويعتبر ضرورياً للتوزان الدولي وهو تحسّن مطلوب بشكل مطلق وضروري بالنسبة للأمم المتطورة بالمثل.

وقد جاء في أحد التقارير الرسمية الصادرة في جنيف أن ما يزيد على ٥٢ ألف خبير قد تجادلوا حول قضايا العالم الثالث في ما يقرب من ١٠٢٠ اجتماعاً، انعقد خلالها حوالي ١٤ ألف جلسة عمل.

وانطلاقاً من عدم فاعلية الكثير من تلك المساعي قام موريس غورنييه بتقديم تقرير إلى نادي روما يحمل عنوان (العالم الثالث ثلاثة أرباع العالم) حدّد فيه مرحلة لعمل ملموس وفوري وتركزت أهم توصياته ابتكاراً حول إيجاد وتكوين مجموعات تنمية كبيرة داخل العالم الثالث،

والمجموعات المقترحة هي : أمريكا اللاتينية، أفريقيا، الشرق الأوسط، شبه القارة الهندية، جنوب آسيا . وعلى أية حال فإنه بعد أربع سنوات من الجهود لم تتجاوز التوصيات النهائية ماهو أكثر من التعميمات المبهمة .

ثم قدم رينيه لينوار تقريره لنادي روما تحت عنوان (العالم الثالث يستطيع أن يطعم نفسه) وتمَّ في هذا التقرير استعراض مدى توافر الغذاء ومدى اعتماد بلاد العالم الثالث على استيراد الغذاء في القرن القادم .

واقترح لينوار (خطة لعب) بديلة تدعو إلى تعبئة سكان الريف، بينما تلتزم الحكومات بهيكل للأسعار عادل، مع توافر بنية أساسية لضمان وصول المنتجات إلى الأسواق والمستهلكين .

إن ثورة حفاة الأقدام توثيق أمين وتحليل متعاطف للتجارب التنموية الصغيرة لملايين البشر، مما لا يجد عادة مكاناً في أدبيات التنمية ولا يجتذب اهتمام وسائل الإعلام مع أن هؤلاء الفقراء هم جوهر التنمية بمعناها الحقيقي .

وتقرير (ثورة حفاة الأقدام) لشنايدر عبارة عن مشاهدات المؤلف وفريق العمل الدولي في أكثر من تسعة عشر مجتمعاً في العالم الثالث بما في ذلك مصر .

وقد أعد التقرير برعاية نادي روما، وترجم إلى عدد من

اللغات الحية، وأحدث صدى كبيراً بين قادة الرأي من رجال الاجتماع والاقتصاد والسياسة باعتباره يمثِّل نظرة ثانية تبرز الوجه الآخر لأزمة عميقة تفرض نفسها بإلحاح على ضمير الإنسانية في الجزء الأخير من القرن الماضي.

أخيراً، فإن بزوغ أي ظاهرة جديدة قد يضفي طابعاً قوياً على إشكالية العالم، لذا، فإن هناك نمطاً جديداً للتنمية يتشكّل الآن على مستوى المجتمعات المحلية والقرى في المناطق الريفية بالعالم الثالث يعتمد على الذات والتنمية الذاتية.



الكتاب : أطفال الشوارع

المؤلف : اللجنة المستقلة للقضايا الإنسانية الدولية

* * *

يشهد العالم الآن مشكلة كبيرة ذات عواقب مأساوية فهناك ملايين من أطفال الشوارع يعيشون منعزلين ، يعانون من سوء التغذية منذ ولادتهم ، يفتقدون العطف والتعليم والمساعدة .

أطفال يعيشون على السرقة والعنف ، أطفال لا يبتسم لهم أحد ، ولا يخفف آلامهم أحد .

ومع نمو المدن الكبيرة يتكاثر عدد أطفال الشوارع كما يكبر الحرمان الذي يولد الإحباط والعنف .

وكلا البلدان المتقدمة والنامية ، تواجه هذه المشكلة دون التصدي لها بشكل كاف .

إن الشارع هو الإرث العام للملايين من البشر ، حتى قبل أن تلوثهم سموم المخدرات والدعارة والجريمة .

وللأسف ، فإن أحدث التقديرات تفيد أن هناك أكثر من ثلاثين مليوناً من أطفال الشوارع .

ويعتبر تقرير اللجنة المستقلة للقضايا الإنسانية الدولية عن أطفال الشوراع أول دراسة استقصائية شاملة عن الأطفال الذين يفتقرون إلى حماية في شوارع المدن.

وهذا التقرير يتناول نقطة حساسة لا تحظى باعترافٍ كبير حتى الآن، كان يتعيّن الاهتمام بها منذ وقت طويل، ففي حين ركزت وسائل الإعلام اهتمامها على الكوارث الطبيعية الضخمة ومكافحة العجز في ميزان المدفوعات، وجهاد الحكومات في التغلب على تلك المشكلات.

إلا أن ظاهرة كان من المعتقد أنها اختفت من المجتمعات الصناعية، بدأت في البروز بشكل خطير تلك هي ظاهرة متسولي العصر الحديث، الذي يتسكعون في المدن بأعداد متزايدة.

ولظروف عديدة، بعضها خارج عن إراداتهم يجبر أطفال الشوارع على العيش على هامش عالم الكبار وهم في البلدان النامية يتكونون نتيجة الهجرة من الريف إلى المدن ونتيجة البطالة والفقر والأسر المنهارة.

أما في البلدان الصناعية فهم ضحايا للانعزال والاستعباد المستمر. إن حياتهم يشكلها الحرمان والعنف والخوف، فالسير في الطريق بلا حماية هو دعوة إلى الاستغلال على أيدي المستهترين.

إن مسألة أطفال الشوارع تهم في المقام الأول المجتمعات المحلية لا الخبراء، إذ مصير جيل الشارع لا ينفصل عن مستقبل المدن.

ولذا، استهدف تقرير اللجنة الدولية مضاعفة التأييد لقضية إنسانية لم تجد من يدافع عنها سوى القليل، واستند التقرير أساساً إلى مقابلات جرت مع عدد من أطفال الشوارع، ومع هؤلاء الذين يقدمون لهم العون في بلدان شتى، كما استند إلى خبرات سنوات طويلة لباحثين ميدانيين يعملون في مختلف الوكالات الحكومية فضلاً عن أبحاث اللجنة المستقلة الدولية.

إن المسألة ليست مسألة أحداث يتامى انحرفوا، بل هي علة تمتد إلى أعماق المواقف المجتمعية والسياسات الحكومية، ومع الأسف لم تتنبأ أي خطة وطنية بظهور هذا العدد الذي لا حصر له من أطفال الطريق، ومع ذلك هناك أكثر من ثلاثين مليوناً منهم وفقاً للتقديرات المتحفظة، منتشرين في كل أرجاء العالم يتساءلون: من يعبأ بالأمر؟

إن البقاء يعني العمل، وحتى أطفال الشوارع الذين يعيشون في الغالب على السرقة، يعتبرون أنفسهم عمالاً شرعيين والحياة بالنسبة لمعظمهم شاقة وهي عبارة عن كدح لا ينتهي لقاء عائد

هزيل يدعو إلى الرثاء، كلهم يحاولون وبشتى السبل أن يظلوا على قيد الحياة عن طريق الاختلاس والإغارة والمقايضة والإسهام في القطاع غير الرسمي على غرار ما يقول رجل الاقتصاد.

وصبية الشارع في كل مكان، يركزون اهتمامهم على الأماكن التي يمكن العثور فيها على كل ما يمكن التقاطه، يميلون إلى التجمع نهاراً في مناطق التسوق المزدهرة، بالإضافة إلى تنظيف الأحذية وغسيل السيارات، كما يعملون في دفع عربات اليد، وحمل أكياس التسوق، وينقبون في مقالب النفايات وسط القاذورات بحثاً عن أشياء من المعادن أو البلاستيك لبيعها.

إن الشارع يوفِّر لأطفاله صورة مجتمع دون الاندماج في قيمه: القرب دون المشاركة ويصبح الشارع رمزاً لمحنتهم، إنه يحل محل المدرسة، ومنهاج الدراسة فيه مختلف تماماً.

وحياة الشارع حياة بلا هيكل وتفتقر إلى الاستقرار.

إن هؤلاء الأطفال يفهمون الشارع بطريقة مختلفة عن الكبار فالشارع بالنسبة لهم إما منتج أو عقيم، ودي أو عدائي في طوال اليوم.

ويتحول طفل الشارع إلى شاب الشارع بسرعة فائقة، وكثير منهم يساعد أسرته في التغلب على مشاكلها ويعتمدون على أنفسهم في كسب عيشهم.

إن الأطفال الذين يتركون في الشوارع دون رعاية، سيطالبون بنصيبهم المشروع بطرق أشد حدة، واحتمال وجود جيل متزايد العدد والمرارة في الشوارع ليس لديه ما يفقده هو احتمال يهدِّد بخطر واضح.

هذا الوضع سريع التفاقم يؤكد الضرورة الملحة بالعثور على حلول ومعالجات لهذه الظاهرة.

وينبغي أن تبدأ هذه الحلول والمعالجات انطلاقاً من بعض الفهم لكيفية وأسباب وصول أطفال الشارع إلى ما وصلوا إليه.

إن الحلول الواقعية للمشكلة على المدى الطويل ستتوقف على تحليل أوضح للنظم التي تتسبب في تفكك الأسر.

إن المعرفة اللازمة لحل المشكلة متوافرة فالرؤيا المتبصرة والجهد الدؤوب أهم من توافر الموارد، ويمكن للمدن أن تجد لها وجهاً أكثر إنسانية، ويمكن للمواقف أن تتغير ولجذوة المشاركة أن تشعل من جديد كما يمكن تغذية المواهب الغريزية النبيلة، فهناك في كل مجتمع أناس يرغبون في الاستجابة بطريقة بناءة بشرط إعطائهم فرصة لذلك.



أنماط السلوك الاستهلاكي عند الأطفال
حلقة دراسية

عقدت في دولة قطر في الفترة ٤ - ٥/ ٧/ ١٤١٣هـ الموافق ٢٨ - ٢٩/ ١٢/ ١١٩٩٢م حلقة دراسية تناولت موضوع أنماط السلوك الاستهلاكي في الجوانب المختلفة في حياة الأطفال وسبل ترشيده.

وقد توصل الباحثون والمشاركون لمجموعة من التوصيات الهادفة في هذا المجال، نستعرض فيما يلي أهمها:

أولاً: التأكيد على ما دعا إليه الدين الإسلامي الحنيف، من عدم الإسراف والتبذير والاستهلاك الزائد، وتضمين ذلك في منهج التعليم وبرامج الإعلام.

ثانياً: التأكيد على أهمية توعية الأسرة لاسيما الأم بضرورة ممارسة دور القدوة الصالحة في أنماط السلوك الاستهلاكي عند أطفالها.

ثالثاً: تكثيف التوعية عن طريق القنوات الإعلامية المختلفة حول تعديل الأنماط السلوكية والاستهلاكية السلبية لدى الطفل وتعزيز الأنماط الإيجابية منها.

رابعاً: تشجيع المبادرات الفردية والجماعية الهادفة

للارتقاء بأنماط الاستهلاك الصالحة والإشادة بها من خلال وسائل الإعلام المختلفة .

خامساً: تأكيد دور المدرسة في اتخاذ إجراءات تحقق بصورة عملية السلوك الاستهلاكي الرشيد في تعامل التلاميذ مع اللباس والطعام والأجهزة والخدمات .

سادساً: توثيق الصلة بين البيت والمدرسة بما يعزِّز تربية الطفل على الأنماط السلوكية الحسنة .

سابعاً: عقد المحاضرات والندوات المدرسية من خلال النشاط المدرسي لتوعية الطلاب بالسلوك الاستهلاكي الإيجابي .

ثامناً: تنظيم الدراسات والندوات المحلية التي تبحث في أنماط السلوك الاستهلاكي لدى الطفل وسبل ترشيدها بمشاركة جميع الجهات المختصة برعاية الطفل .



الدراسة : الثقافة الاستهلاكية في مجتمع الإمارات
الباحث : الأستاذ محمد عبد الله المطوع

* * *

وتبرز أهم أهداف هذه الدراسة فيما يلي :

١ - تحديد الثقافة الاستهلاكية وقيمتها المحورية لتطوير سياسات مناسبة لتوجيه طاقات المجتمع نحو الانتاج والتوفير والاستثمار .

٢ - تحديد طبيعة الثقافة الاستهلاكية وخصائصها الأساسية ومجالاتها المختلفة .

٣ - تحديد الظروف والأسباب والدواعي الباعثة على بلورة قيم استهلاكية ساعدت على انتشار الثقافة الاستهلاكية في مجتمع الخليج .

٤ - تحديد دور المجتمعات المحيطة في نشر الثفافة الاستهلاكية متمثلة في البضائع الاستهلاكية المتنوعة .

٥ - تحديد المتغيرات المغذية للثقافة الاستهلاكية من مثل : عوامل العمر والجنس والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي والاقتصادي .

وجاءت أهم النتائج على النحو التالي :

أولاً : أظهرت الدراسة أن الاستهلاك ظاهرة معقدة ، لها

جوانبها المادية والنفسية والاجتماعية والثقافية، كما أن لها العديد من الوظائف الاجتماعية والفكرية.

ثانياً: أظهرت الدراسة أن الاستهلاك السلبي في مجتمع الإمارات ظاهرة شائعة ولها تجسيداتها الواقعية والعديد من الأسباب الدافعة لها.

ثالثاً: إن من أهم الجوانب الرمزية في الاستهلاك استخدامه كأسلوب للتمييز الاجتماعي، وقد كشفت النتائج أن السلوك الفعلي للأفراد يختلف عما يبدونه من استجابات سريعة حول رموز الاستهلاك.

فالأفراد لا يقرون صراحة بفائدة الاستهلاك في حياتهم أو أن له أي بعد رمزي، بَيْدَ أن سلوكهم الفعلي يكشف عن ميل واضح لاستخدام الاستهلاك استخداماً رمزياً.

رابعاً: إن عمليات ضبط الاستهلاك عمليات معقدة ففي الوقت الذي أثبتت فيه النتائج أن الأفراد على وعي بأهمية ضبط الاستهلاك، نجد أن هذا الوعي لم يكن كافياً لترشيد الاستهلاك وضبطه من قبلهم إذ لابد من أن يصاحب ذلك سياسات منظمة وقواعد ضابطة قائمة على التوازن بين الثقافة الاستهلاكية والثقافة الوطنية من أجل بناء اقتصاد سليم.

❊ ❊ ❊

الدراسة: أنماط السلوك الاستهلاكي للطفل في دولة قطر
الباحث: فاطمة عبد العزيز البكر.

* * *

استهدفت هذه الدراسة تحديد أنماط السلوك الاستهلاكي للطفل القطري من وجهة نظر الأم ومن ثم القيام بعملية ترشيد الاستهلاك.

وقد تكونت عينة الدراسة من (١٠٦) طفلاً وطفلة من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين (٤ - ١٢) سنة.

وجاءت أهم النتائج فيما يلي:

أولاً: بينت النتائج أن ٦٠٪ من أمهات عينة البحث تعطي أطفالها مصروفاً يومياً، في حين تعطي ٢٤,٥٪ من أمهات أفراد العينة الطفل نقوداً عندما يحتاج فقط.

ثانياً: بينت الدراسة فيما يتعلق بمتوسط مصروف الطفل القطري اليومي أن ٤٤٪ من العنية يأخذون مصروفاً أقل من خمسة ريالات و٤٤٪ من أفرادها يأخذون أقل من عشرة ريالات.

ثالثاً: بينت الدراسة أن ٢٨٪ من أطفال عينة الدراسة يُصِرّون على أخذ مصروف يعادل ما يحصل عليه أصدقاؤهم.

رابعاً: أوضحت النتائج أن تأثير الإعلان على شراء لعب

الأطفال بلغت نسبته ٣٥٪ بينما لم يتجاوز تأثيره بالنسبة لشراء الملابس عن ١٢٪ .

خامساً : أظهرت نسبة كبيرة من عينة البحث ٦٣٪ وعياً في حالة إصرار الطفل على طلب معين لا توافق عليه الأسرة، فقد أشارت إلى أنها لا ترضخ أمام الحاجة، ولا تهدِّده بعدم مرافقته وإما تشرح له سبب الرفض .

سادساً : أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأم المتعلمة أكثر وعياً بضرورة ترشيد السلوك الاستهلاكي لطفلها .

سابعاً : أظهرت النتائج أن أوجه الانفاق مختلفة بين البنين والبنات .



الدراسة : أنماط السلوك الاستهلاكي في الجوانب المختلفة من حياة الطفل وسبل ترشيده

الباحث : عائشة سيف خميس سباع .

* * *

وتبرز أهمية الدراسة فيما يلي :

١ - الكشف عن أبعاد السلوك الاستهلاكي لدى الطفل ومظاهره المختلفة .

٢ - تحديد الأساليب الفعالة التي يمكن أن تسهم في الحد من السلوك الاستهلاكي في الجوانب المختلفة في حياة الطفل .

٣ - الكشف عن العوامل الكامنة وراء السلوك الاستهلاكي في الجوانب المختلفة من حياة الطفل .

٤ - ارتباط موضوع الدراسة بجانب مهم في التنشئة الاجتماعية للطفل وتربيته .

وتتمثل أهم الجوانب التي تناولتها الدراسة بالبحث والتحليل فيما يلي :

أولاً : بعض الحقائق المتعلقة بسلوك الطفل من مثل : كيفية اكتسابه ، أساليب اختلافه ، كيفية التحكم به ، كيفية التصدي له .

ثانياً: أنماط السلوك الاستهلاكي في حياة الطفل من مثل، أنماطه في البيت ، في المدرسة، في المجتمع .

ثالثاً: بعض الأنماط السلوكية من وجهة نظر إسلامية، مثل : نظرة الإسلام للطفل، نظرة الإسلام للجانب الاستهلاكي .

رابعاً: مقترحات للحد من السلوك الاستهلاكي السلبي لدى الطفل ، سواء على مستوى الوقاية أو العلاج .

وقد بيَّنت الدراسة أنه لا يمكن أن تتم معالجة هذا الموضوع بشكل جزئي .

وأكدت على أن تتم المعالجة بنظرة شمولية لكل المجتمع بما فيه الطفل .

وخلصت إلى أن الإسلام يُقدِّم الحل من خلال بناء الأمة وفق النظرية الإيمانية .

وحذرت الدراسة من أن عمليات الترقيع الجزئي تزيد الهوة ولا تفيد .



الدراسة: السلوك الاستهلاكي للطفل والعوامل المؤثرة فيه.
الباحث: فاطمة عبد العزيز البكر.

* * *

وقد تحدثت الدراسة عن مجالات انفاق الطفل من مثل: مصروفات الجيب واللعب، والملابس والغذاء.

وتناولت أهم العوامل المؤثرة على الطفل المستهلك فأشارت للعامل الاقتصادي والطبقة الاجتماعية والأتراب والأسرة وتوقعات المجتمع والتلفزيون والإعلانات.

وبينت المهارات الأساسية المتعلقة بترشيد سلوك الطفل الاستهلاكي، فتكلمت عن دور الأسرة والمدرسة والدعاية والإعلان، وأكدت على أهداف مقرر ترشيد الاستهلاك ودور وسائل الإعلام ودور المصارف ومؤسسات التوفير وإدارة المنزل وترشيد الاستهلاك.

وفي ختام الدراسة قدَّمت الباحثة مجموعة من المقترحات والتوصيات، منها:

أولاً: الاهتمام بتوجيه برامج إعلامية لتوعية الأطفال بأهمية وكيفية ترشيد استهلاكهم.

ثانياً: مناقشة الأم مع أطفالها فواتير الصرف لمراقبة مستوى الاستهلاك وقيمة المنصرف.

ثالثاً: الاهتمام بتعامل الطفل مع النقود في سن مبكرة حتى يتعلم بالممارسة قيمتها الموضوعية.

رابعاً: مصاحبة الطفل إلى السوق لمشاهدة أسلوب المفاضلة والاختيار بين السلع.

خامساً: الاهتمام بتشجيع الطفل على ادخار جزء من مصروفه مهما صغر.

سادساً: تعويد الطفل على تقليل الفاقد في الاستهلاك في نواحي الحياة ليصبح أسلوبه في حياته.

سابعاً: توجيه الطفل لأسلوب المقايضة المتكافئة على لعبه وكتبه وأدواته الخاصة.

ثامناً: تعويد الطفل الالتزام بميزانية الأسرة المحدودة.

تاسعاً: تعويد الطفل على تأجيل أو التنازل عن بعض المتطلبات لدعم دخل الأسرة.

عاشراً: التوجيه عن طريق وسائل التعليم والتربية ومحاضن الرعاية والتنشئة وأدوات الإعلام والإعلان إلى الكيفية الصحيحة لترشيد الاستهلاك.



الدراسة : الاستهلاك لدى الإنسان القطري : أنماطه وثقافته .
الباحث : أحمد زايد وآخرون .

* * *

تبرز أهم أهداف الدراسة في :

١ - تحديد أنماط الاستهلاك لدى الإنسان القطري .
٢ - الوقوف على مدى تجاوز هذه الأنماط الاستهلاك الضروري .
٣ - دراسة كيفية تغيّر أنماط الاستهلاك لدى الإنسان القطري .
٤ - الوقوف على القيم التي تُوجِّه الاستهلاك في المجتمع القطري وكيفية تغيرها .
٥ - تحديد الرموز الثقافية المصاحبة للاستهلاك وكيفية اختلافها .

وقد صمَّم الباحث استبانة خاصة وقام بجمع المعلومات على المستوى الكمي حول عناصر الاستهلاك والعوامل المؤثرة فيه ووظائفه ورموزه والاستهلاك كأسلوب حياة وضبط ترشيد الاستهلاك .

وبالنسبة لأهم نتائج الدراسة تبرز في التالي :

أولاً : هناك ثلاثة متغيرات أساسية يمكن اعتبارها سبباً في انتشار الميل المتطرف إلى الاستهلاك في المجتمعات

الخليجية تتمثل في حرمانات الماضي خبراته وعواطفه، وكذلك الدخل الاقتصادي المرتفع.

ثانياً: ثمة متغيرات أو عوامل وسيطة تلعب دورها في تطوير الميل إلى الاستهلاك، منها ارتفاع مستوى الدخل، مجانية الخدمات، عدم الوعي، التقليد وحب المظاهر، التعود على الاستهلاك، الرغبة في الحصول على المعروض من السلع.

ثالثاً: يختلف أفراد المجتمع القطري في ميلهم إلى الاستهلاك، فالإناث أكثر ميلاً للاستهلاك من الذكور وكبار السن هم أقل فئات المجتمع ميلاً إلى الاستهلاك.

رابعاً: بدأ إدراك شامل لضرورة الترشيد في المجتمعات الخليجية في الفترة الأخيرة لعوامل عديدة دينية واجتماعية واقتصادية.

خامساً: تستهدف سياسات الترشيد في المجتمعات الخليجية إيجاد توازن بنائي جديد.

سادساً: يمكن للأسرة والتعليم والإعلام أن تلعب دوراً في ترشيد الاستهلاك داخل المجتمع القطري.



الدراسة : السلوك الاستهلاكي وعلاقته بأساليب التنشئة الوالدية
الباحث : سلوى محمد الهوساوي

* * *

يُعدُّ السلوك الاستهلاكي من السلوكيات التي لاقت اهتماماً كبيراً من قبل القائمين على خطط التنمية في مختلف المجتمعات خاصة في السنوات الأخيرة التي انتشرت فيها الثقافة الاستهلاكية في مختلف أنحاء العالم حيث تشجع الاتجاه السلبي في السلوك الاستهلاكي .

وحيث إن مرحلة الطفولة تعتبر من أهم المراحل التي يتشكل فيها السلوك الإنساني ، جاء اهتمام الباحثة بدراسة السلوك الاستهلاكي في هذه المرحلة وعلاقته بأساليب التنشئة الوالدية على اعتبار أن الأسرة هي أول وأهم محيط يوجِّه سلوك الفرد .

لذا ، كانت أهم الموضوعات التي ضمها كل فصل من فصول الدراسة هي :

١ - طبيعة السلوك الاستهلاكي والعوامل المؤثرة فيه .

٢ - الإطار النظري للدراسة .

٣ - الدراسات السابقة لموضوع الدراسة.

٤ - منهج الدراسة وإجراءاتها.

٥ - نتائج الدراسة.

ولم تخل الدراسة من مناقشة لأساليب التنشئة الوالدية، ومقياس السلوك الاستهلاكي.

وقد جاءت أهم التوصيات فيما يلي:

أولاً: ضرورة تعويد الطفل على العمل والاعتماد عليه في كسب جزء من نقوده.

ثانياً: توجيه الأطفال إلى استغلال جزء من دخلهم في تقوية النواحي الثقافية.

ثالثاً: تشجيع نمط الادخار والتوفير لدى التلاميذ من خلال إقامة مسابقة سنوية مخصَّصة لهذا الموضوع.

رابعاً: تخصيص بعض اللقاءات التربوية للتلاميذ وأولياء أمورهم لتناول موضوع الاستهلاك وجوانبه الرمزية.

خامساً: العمل على ترشيد السلوك الاستهلاكي من خلال برامج ثقافية وأخرى ترفيهية.

سادساً: عرض برامج اقتصادية مبسطة تتناول الحركة

التجارية السائدة وتعطي معلومات وتفسيرات لمظاهر الحركة الاقتصادية السائدة.

سابعاً: عقد دورات تدريبية لأولياء الأمور لتدريبهم على كيفية ترشيد سلوك أبنائهم الاستهلاكي.

ثامناً: التأكيد على ضرورة التعاون بين جميع أجهزة المجتمع لترشيد الاستهلاك، من أجل تنشئة استهلاكية صحيحة.



الدراسة: المرأة وحماية البيئة
الباحث: د. عادل رفقي عوض

* * *

توضح دراسة (المرأة وحماية البيئة) التي أعدها الباحث د. عادل رفقي عوض، توضح الدور البيئي المميَّز للمرأة، كمربّية بيئية، تحث على إجراء تغييرات في السلوك لنفسها، ولأولادها، ولغيرها، بما يعزِّز دور المجتمع ومشاركته الفعالة في الحماية البيئية وصيانة الموارد الطبيعية.

وكذا إيضاح دور المرأة في إنجاح البرامج الإنمائية المرتبطة بالعائد الاقتصادي والاجتماعي من خلال مفهومي التعليم والعمل اللذين يحققان إجراء تحسينات جوهرية في وضع المرأة وأسرتها.

وتؤكد الدراسة على أهمية جذب المرأة إلى ندوات التوعية والتعليم والتأهيل ودورها في هذا المجال، وبث إشعاع التوعية والتوجيه البيئي، ليكون لها إسهامات بارزة ومستدامة في حماية البيئة.

وقد توصلت الدراسة إلى توصيات مهمة، منها:

١ - ضرورة إعداد كوادر نسائية متخصصة في مجالات حماية البيئة والحفاظ على ا الموارد الطبيعية.

٢ - أهمية إشراك المرأة في رسم سياسات حماية البيئة ودعم جهودها في حل المشكلات البيئية .

٣ - ضرورة إدخال مادة التربية البيئية في المناهج الدراسية ومعاهد المعلمين والمعلمات .

٤ - أهمية القيام بالبحوث الميدانية والدراسات الإحصائية حول دور المرأة في حماية البيئة .

٥ - تحسين بيئة عيش وعمل النساء لاسيما الفقيرات منهن وأسرهن ومجتمعاتهن المحلية .

٦ - ضرورة الإفادة من التراث في حماية البيئة وتبصير الناس بخطر التلوث البيئي .

٧ - تعزيز إعداد المعلم والمعلمة وتدريبه في مجال التربية البيئية .

٨ - التّوعية بأهمية تجنب الهدر سواء في المواد الغذائية أو في الوقت أو في الجهد أو في المال ومعالجة الأسباب .

٩ - للمرأة دور كبير في تشكيل عادات سلوكية في الأسرة تحصر هدر الموارد من جهة وتنشيء أطفالها علي أهمية تجنب الاتلاف .

١٠ - تطوير المفاهيم في الأسرة وتعديلها لتخفيف حدة بعض العادات المتعلقة بالبذخ والترف والإسراف .

١١ - أهمية الحد من الاستهلاك في الأمور غير الضرورية وإعادة النظر في الإنفاقات ضمن أولويات ترتيبية .

١٢ - إعادة النظر في عاداتنا الغذائية وأساليبها وأنواعها .

١٣ - توجيه وتوعية المرأة للتخلص من إيحاءات الاستهلاك المرتفع وترشيده وتنظيم ميزانية أسرية محكمة .

١٤ - تنشيط البحوث والدراسات في مجال التّربية البيئية خاصة المتعلقة بحل المشكلات البيئية .

١٥ - إيجاد مركز معلومات حديثة يُعنى بجمع المعلومات الخاصة بالبيئة والمرأة والتنمية والاستفادة من ذلك لتربية بيئية مستقرة .

إن هذه التوصيات تقود بمجملها إلى إقرار حقيقة مشاركة المرأة في الحفاظ على البيئة ، باعتبار ذلك من أولى الضروريات لإيجاد تنمية متكاملة ، فلا تنمية في بيئة ملوثة ، ولا تنمية بدون مساهمة المرأة .



الدراسة: سلوك المستهلك السعودي في مجال الشراء
الباحث: إدارة البحوث بمجلس الغرف التجارية الصناعية السعودية.

* * *

إن المستهلك هو نقطة البدء عند التخطيط للسياسات التسويقية لأي منشأة، وإن مطالبه هي الهدف الرئيس الذي ينبغي أخذه في الحسبان عند إعداد الخطط الخاصة بالمنشأة ورغم أن الدراسات والأبحاث المتعلقة بالخصائص السلوكية للمستهلك السعودي مازالت غير كافية.

إلا أن ما يبشر بخير هذه المحاولات والأبحاث المقدمة من أكاديميين وجهات حكومية ومؤسسات خاصة ومراكز بحثية لدراسة تلك الخصائص السلوكية.

ومن ذلك دراسة بعنوان (سلوك المستهلك السعودي في مجال الشراء) قامت بإعدادها إدارة البحوث والدراسات الاقتصادية بمجلس الغرف التجارية الصناعية السعودية.

وكان من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي:

أولاً: اتضح من الدراسة أن أغلب أسر عينة البحث (٨٨٪) تنفق على حاجاتها الاستهلاكية في حدود دخلها الشهري المتاح فقط، دون الحاجة إلى استقطاع أي جزء من

المدخرات السابقة، في حين أن ٥٪ فقط من أسر العينة هي التي تتعدى في إنفاقها الاستهلاكي حدود دخلها الجاري.

ثانياً: في حالة زيادة دخل الأسرة عن الدخل العادي فإن غالبية أسر العينة تنفق جزءاً من هذه الزيادة على الاستهلاك، وعن هذا الجزء الذي يوجّه إلى الانفاق الاستهلاكي، فإنه يمثل ما بين ٢٠ - ٥٠٪ من تلك الزيادة لدى غالبية الأسر.

ثالثاً: في حالة زيادة دخل الأسرة وإنفاق المبلغ الزائد على الاستهلاك بالكامل، فإن أهم الأسباب التي تضطر الأسرة إلى ذلك هو أثر البيئة الاجتماعية المحيطة كالضيافات، والمآدب والأفراح وتبادل الزيارات وتبادل الهدايا، والمناسبات الاجتماعية الأخرى.

رابعاً: تتأثر غالبية أسر العينة بالجاذبية التسويقية للأسواق المركزية، وأهم أسباب ذلك هو الثقة بها كمتاجر كبيرة وتوافر السلع بها بكميات كبيرة وتميز سلعها بالتنويع والتشكيل.

خامساً: تتولى أغلب أسر العينة شراء احتياجاتها من المواد الغذائية مرة واحدة في الأسبوع وذلك بسبب ضيق الوقت لدى رب الأسرة (القائم بالشراء) مما يجعل العطلة الأسبوعية هي الفرصة المثلى للشراء.

سادساً: تفضل أغلب أسر العنية شراء المواد الغذائية

بكميات أقل وعلى فترات متقاربة نسبياً وهذا بسبب طبيعة المواد الغذائية من حيث سرعة تلفها والرغبة في استعمالها طازجة.

سابعاً: يقوم الزوج بالدور الأساس في تولي مهمة شراء المواد الغذائية والأدوات المنزلية والأثاث المنزلي والأجهزة الكهربائية، في حين أن دور الزوجة في القيام بعملية الشراء تظهر أهميته فقط في حالة الأقمشة والملابس.

ثامناً: تفضل غالبية أسر العينة التنقل من متجر لآخر قبل الشراء، وذلك بهدف الحصول على أقصى جودة للسلعة وبأقل سعر ممكن لها.

تاسعاً: العوامل التي يراعيها المستهلك السعودي عند الشراء مختلفة منها: طبيعة السلعة، السعر، الجودة، البساطة، قوة التحمل، الذوق.

عاشراً: الدافع الرئيس لدى المستهلك السعودي عند الشراء هو الحاجة غالباً، لكن الراحة والمظهر والتقليد تُعدُّ أيضاً من دوافع الشراء عند المستهلك السعودي، ولكن بدرجة ربما أقل.



الدراسة: مصادر واستخدام أطفال المدرسة للنقود.

الباحث: دوس وآخرون.

* * *

إن أهداف هذه الدراسة تتمثل في:

أ - وصف مبالغ ومصادر اكتساب واستخدام الأطفال للنقود (الانفاق الالزامي، الانفاق الحر، الادخار، الهبة)، وارتباط هذه الأمور بوضع العائلة الاقتصادي.

ب مناقشة عدد من العوامل (السن، الجنس، تركيب العائلة، مصادر نقود الأطفال) المرتبطة باستخدام الأطفال للنقود.

أما أهم نتائج الدراسة فتتمثل في التالي:

١ - أظهرت النتائج أن أكثر من ٥٠٪ من أفراد عينة البحث يقومون بادخار جزء من نقودهم.

٢ - النسبة الأكبر من دخل الأطفال توجّه نحو إنفاق حُرّ وفي الغالب شراء ملابس لهم.

٣ - من مجالات الانفاق عند الأطفال إضافة إلى الملابس، شراء الكتب والمجلات والألعاب ووسائل الترفيه.

٤ - ينفق أكثر من ٨٠٪ من الأطفال نقودهم على الطعام وخاصة غذاء المدرسة.

٥ - توصلت الدراسة إلى أن هدف الأطفال الرئيس من العمل هو جمع النقود لإنفاقها على الأشياء التي يرغبونها.

٦ - المتغير المهم الذي يرتبط بمستوى ادخار الأطفال هو كمية النقود التي يكسبونها في حين لا ترتبط خصائصهم الشخصية ومستوى أسرهم ارتباطاً دالاً بكمية النقود التي يدخرونها.

٧ - يهب الأطفال نقوداً أكثر إذا كسبوا أكثر أو إذا حصلوا على نقود أكثر في صورة هدايا.

٨ - ترتبط كمية النقود التي يحصل عليها الأطفال من آبائهم ارتباطاً دالاً بإنفاقهم الحُرّ، فالأطفال الذين يحصلون على نقود أكثر من آبائهم ينفقون أكثر على مواد كالملابس والكتب والمجلات والألعاب الرياضية ووسائل الترفيه.

٩ - ينفق الأطفال النقود على أغراض الزينة (٨, ٣١٪) والبقالة وأغراض النظافة (٤, ٢٨٪) ووسائل نقلهم (٨, ١٠٪).



الدراسة: أسلوب التنشئة الوالدية والتنشئة الاستهلاكية.

الباحث: جروجوري ميشيل روز.

* * *

هدفت الدراسة في المقام الأول إلى دراسة تأثير الثقافة على تربية الطفل والتنشئة الاستهلاكية.

وبعد تطبيق الاستبانات على عينة البحث المختارة، توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، منها:

أولاً: أظهرت الأمهات الحازمات اتصالاً مع الأبناء أكثر من جميع الامهات الأخريات ماعدا الأمهات المتساهلات.

ثانياً: أظهرت نتائج الدراسة بالنسبة للاستقلال الاستهلاكي، أنه في الوقت الذي لا تسمح فيه الأمهات المتسلطات لأطفالهن بالمشاركة في قرارات شراء الحاجات الخاصة للأسرة، تسمح هؤلاء الأمهات لأطفالهن بشراء ما يرغبونه إذا استخدموا في ذلك نقودهم الخاصة.

ثالثاً: كانت الأمهات المتساهلات أقل الأمهات من حيث وضع قيود على استهلاك أبنائهن من أي مجموعة أخرى.

رابعاً: توقعت الأمهات الحازمات أن يفهم أبنائهن مهارات التسوّق في سنٍّ أكبر من جميع الأمهات الأخريات ماعدا المتساهلات.

خامساً: كان السن أو العمر الذي توقعت فيه الأمهات الحازمات والمتساهلات أن يكون فيه الأبناء متفوقين على توقعات الآباء في مجال إدخال أو تضمين قواعد الآباء الاستهلاكية أبكر من السن الذي توقعته الأمهات المتساهلات منهن والمتشددات.

سادساً: أظهرت الدراسة عدم وجود علاقة بين أسلوب الأم في التنشئة والدوافع الاجتماعية للاستهلاك.

سابعاً: أظهرت نتائج الدراسة أن تعليم الأم أكثر أهمية من دخل الأسرة حيث إن ارتفاع مستوى التعليم يؤدي إلى توقعات متطورة واتصال أكثر مع الأبناء.

ثامناً: أظهرت الأمهات المتسلطات تأخراً فيما يتعلق بتوقعاتهن للسن الخاص باستقلال أبنائهن الاستهلاكي عن كل من الأمهات الحازمات والمتساهلات.



الدراسة : أنماط العلاقات الأسرية واتجاهات ودوافع التسوق .
الباحث : لس كارلسون وآخرون .

* * *

يتمثل هدف هذه الدراسة في الكشف عن دور أنماط العلاقات الأسرية في عملية التأثير على الدوافع والتوجهات والسلوكيات الخاصة بالتسوق وقد كانت عينة البحث مكونة من ٤٥١ أماً لأطفال في المرحلة الابتدائية و ٣٩٩ زوجاً مكوناً من أم وابنها أو ابنتها .

وبعد تطبيق الاستبانات الخاصة ، خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة ، منها :

أولاً : وجد أن الأمهات اللاتي يستخدمن أسلوب التساهل أكثر مادية من الأمهات اللاتي يستخدمن أسلوب التعددية أي تشجيع الطفل على الاكتشاف وتكوين نظرة استهلاكية مستقلة خاصة به دون سيطرة من الوالدين على الطريقة التي يقوم فيها الطفل بذلك .

ثانياً : فيما يتعلق باستخدام مصدر معلومات معينة في اتخاذ القرار الاستهلاكي أظهرت النتائج أن الأمهات اللاتي يستخدمن أسلوب التوافقية أي تشجيع الطفل على تطوير نظرة استهلاكية مستقلة خاصة به مع المطالبة بانصياع تام للتحكم

الوالدي في الوقت ذاته، يملن إلى استخدام الأقارب والأصدقاء وإعلانات الصحف وكتب إرشاد المستهلك أكثر من الأمهات اللاتي يستخدمن أسلوب الحماية الزائدة واللاتي يستخدمن أسلوب الإهمال.

ثالثاً: كانت أمهات المرحلة الابتدائية اللاتي يستخدمن أسلوب التوافقية مدفوعات بدوافع اقتصادية فيما يتعلق بقراراتهن الاستهلاكية أكثر من الأمهات اللاتي يستخدمن أسلوبي الحماية الزائدة والإهمال.

كما كانت الأمهات اللاتي يستخدمن أسلوب الوافقية أكثر من الأمهات اللاتي يستخدمن أسلوب التعددية في ذلك.

رابعاً: لا يوجد فرق بين أمهات طلاب المرحلة الابتدائية فيما يتعلق بالدافع الاجتماعي للاستهلاك.

خامساً: الأمهات اللاتي يستخدمن أسلوب التعددية أكثر سلبية فيما يتعلق بالإعلانات من الأمهات المهملات.

❊ ❊ ❊

الدراسة: أسلوب التنشئة الوالدية والتنشئة الاستهلاكية للأطفال.
الباحث: لس كارلسون وسانفورد جروسبات.

* * *

وقد ركزت الدراسة على دراسة القضية القائلة أن ميول الوالدين في مجال التنشئة الاستهلاكية يمكن التنبؤ به من خلال أساليب التنشئة الوالدية العامة.

وقد استخدم الباحثان استبانة ذاتية التطبيق تمَّ توزيعها على الأمهات عن طريق أبنائهن في المدارس، وقد تمَّ اختيار المدارس على أسس تناسب أغراض البحث، حيث جاء أفراد العينة منتمين إلى مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة من عدة مناطق في المدينة محل الدراسة.

وخلص الباحثان إلى مجموعة جيدة من النتائج، منها:

أولاً: أظهرت النتائج أنه لا توجد فروق ذات دلالة بين الأمهات المتسلطات من جهة والأمهات المهملات والمتساهلات من جهة أخرى فيما يتعلق بمنح الأطفال الاستقلال الاستهلاكي، وفي المقابل أظهرت النتائج أن الأمهات يعطين استقلالاً استهلاكياً للأطفال الأكبر سناً وللذكور منهم ويرون أن مصروف الطفل يرتبط مباشرة بقبوله الاجتماعي.

ثانياً: أظهرت النتائج أن الأمهات المتسلطات والمتساهلات

يتفاعلن مع أطفالهن عن طريق المشاركة في التسوق، أي من حيث سؤال الأطفال عن آرائهم أكثر من الأمهات المهملات.

ثالثاً: أظهرت النتائج أن الأمهات المتسلطات يضعن أهدافاً لأبنائهن في مجال التنشئة الاستهلاكية أكثر من الأمهات المتساهلات واللاتي كانت أهدافهن في المقابل أكثر من أهداف الأمهات المهملات.

رابعاً: كانت الأمهات المتسلطات أكثر وضعاً للقيود لأبنائهن في مجال الاستهلاك من الأمهات المتساهلات.

خامساً: كان توسط الأمهات المتسلطات بين أطفالهن وتأثير وسائل الإعلام عليهم جزئياً مقارنة بالأمهات المتساهلات والمهملات، كما كانت المتساهلات أكثر في التوسط من الأمهات المهملات.



الدراسة: دور الاتصالات الأسرية في التعلّم الاستهلاكي.
الباحث: روي مور وجورج موستش

* * *

هدف هذه الدراسة تمثل في معرفة ما إذا كانت وسائل الإعلام تتوسط تأثير الوالدين على سلوك أبنائهم.

وقد تكونت عينة البحث من ٧٣٤ مراهقاً، تضم طلاباً من الصف الأول المتوسط إلى الصف الثالث ثانوي.

وقد استخدم الباحثان استبانة تضم بنوداً تعكس طبيعة العلاقة بين الوالدين وابنهما في مجال الاستهلاك مع تصميم مقياس لتحديد المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

وقد خلص الباحثان إلى نتائج مهمة، منها:

أولاً: سجّل أطفال الأسر التعددية، نتائج أعلى إحصائياً فيما يتعلق بالشؤون والأنشطة الاستهلاكية فالأطفال من عائلات لها مثل هذه الخلفية يبدون أكثر معرفة بالشؤون الاستهلاكية وأكثر قدرة نوعاً ما على القيام بالأنشطة الاستهلاكية بطريقة مقبولة اجتماعياً كما سجّل هؤلاء الأطفال نتائج أقل إحصائياً من أقرانهم في مجال المادية في حين سجّل أطفال أسر الإجماع درجات أعلى في المادية.

ثانياً: كان الارتباط بين الاتصالات الأسرية والمادية في

أسر التوجيهات الاجتماعية دالاً إحصائياً، في حين لم يكن كذلك مع اتصالات الأسر ذات التوجيهات المفاهيمية .

ثالثاً: أظهرت النتائج ارتباطاً قوياً بين دوافع مشاهدة التلفاز والمادية لدى أسر التوجيهات الاجتماعية مما يدل على تشجيع هذه الأسر أطفالها على الرجوع لوسائل الإعلام لتعلم التوجيهات والسلوكيات الاستهلاكية الملائمة، وهذا في المقابل قد يؤدي إلي الاتجاهات المادية .

رابعاً: ترتبط الأنشطة الاستهلاكية ارتباطاً وثيقاً بالتوجيهات المفاهيمية مما يشير إلى تأثير مباشر للأسرة على مثل هذه السلوكيات .

خامساً: ترى النتائج أن عمليات الاتصال الأسري قد تقيِّد سرعة تأثر الأطفال بالدعايات أو الإعلانات التليفزيونية .



خاتمة

الاقتصاد التوسط في الانفاق من غير إسراف ولا تقتير، ففي الإسراف الفقر والذل، وفي التقتير الحسرة واللوم، ومن سلك سبيل الاعتدال في غناه وفقره فقد استعدَّ لنوائب الدهر، وصار بمأمنٍ من عوادي الزمان وطوارئ الحدثان كالمرض وفقد القدرة على الكسب وسهل عليه إدراك الكثير من مطالب الحياة التي يعز نيلها بغير المال، وعاش عزيز النفس حميد السيرة جليل الأثر.

وللاقتصاد منزلته في حياة الفرد والأمة، وقد أبان ذلك النبي صلى الله عليه وسلم بقوله: «**الاقتصاد نصف المعيشة**» لهذا كان رائد الحكومات المنظمة في أعمالها وسبيل العقلاء في كل زمان ومكان.

يقول الأستاذ محمد أحمد جاد المولى في كتابه (الخلق الكامل): الاقتصاد من أشهر العلوم العصرية ومن أهم ما يعنى به أهل الاجتماع والإدارة من بين علوم الحضارة والعمران في هذه الأزمان.

ومن الآيات الحاضة على الاعتدال في النفقة، قوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَٰلِكَ قَوَامًا﴾

[الفرقان: ٦٧] ، وقوله عز وجل : ﴿ وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴾ [الإسراء: ٢٩]. والأحاديث في هذا المعنى كثيرة منها قوله عليه السلام «من اقتصد أغناه الله ومن بذّر أفقره الله» ، وقال عليه السلام: «**ما عال من اقتصد، والتدبير نصف المعيشة**».

قال بعض كتاب الغرب: قد عاينت الأمور وعانيتها ثم بعد تفكر عميق في الحياة لم أجد سوى أمرين ربما جلبا السعادة: الاعتدال في مطالب النفس وحسن التصرف في الثروة.

ومن جملة ما علمنا إياه الشارع من الآداب الاقتصادية ما جاء في قوله صلى الله عليه وسلم : «**أقلل من الدَّين تعش حراً**» أي اجتهد في الاقتصاد والاستفضال والموازنة بين دخلك وخرجك ، فلا تدع نفسك تحتاج إلى الدَّين فتعتاده فتتراكم عليك الديون ، فيطاردك الدائنون ويعسروك فتفقد حريتك وتصبح عبداً لهم.

وفي فضل الاقتصاد يقول بعض العلماء : الناس فريقان : فريق اقتصد وفريق أسرف ، فجميع السفن التجارية والسكك الحديدية والمعامل الصناعية وسائر المشروعات الاقتصادية التي تأسست عليها هذه المدنية ، هي كلها من أعمال الفريق الذي اقتصد.

أما الفريق الذي أسرف ثم اضطر أن يستدين لسد حاجاته، فقد أصبح على تمادي الأيام رقيقاً للفريق الأول وهي سنة الله في خلقه.

ولما كان الاقتصاد من أهم أسباب السعادة في الحياة وتوفيرها للإنسان، وجب على الآباء والمربين أن يأخذوا الأطفال منذ نشأتهم بالاقتصاد ويعوِّدوهم هذه الخُلّة.

كما يجب عليهم أيضاً أن يفهموهم أن الاقتصاد يأمر به الدِّين وأن يحفظوا من الآيات الكريمة ما يحبِّبه إليهم ويبغِّضهم في التبذير والتقتير وذلك كقوله تعالى: ﴿وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ﴾ [الإسراء: ٢٦، ٢٧].

وقوله عز وجل في الثناء على عباده المقتصدين: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَٰلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾﴾ [الفرقان] ليتبين لهم الرُّشد من الغي ويعلموا منزلة الاقتصاد من الدين.

ومما يساعد على الاقتصاد أن يحصي الإنسان نفقاته اليومية ثم الشهرية والسنوية ليستبين مقدار ما ينفقه في اليوم والشهر والسنة، ويوازن بينه في السنوات المختلفة، ليعرف أناهج هو سبيل الاقتصاد أم مبتعد عنه؟! ويعلم أن ما يملكه ما احتكمت في تصريفه يداه لا ما سيصير إليه من طريق الحدس والتخمين.

فكثير من الناس يخطئون هذا الطريق في حساب دخلهم، فيتوسعون في النفقة ويسلكون سبيل البذخ والإسراف.

وكما يكون الاقتصاد في ادخار المال يكون أيضاً في استعمال القوى الإنسانية الجسيمة والعقلية باعتدال حتى يسلم المرء من العلل والأسقام.

ومحصل القول أن الاقتصاد أساس التدبير المنزلي ومن أول الواجبات الشخصية، وهو الملجأ الأمين الذي يأوي إليه أرباب الأسر، فيجدون فيه الهدوء والراحة والسرور وحرية التمتع بالنعم والخيرات.



ثبت بأهم المصادر والمراجع

١ - القرآن الكريم وعلومه.

٢ - السنة النبوية وشروحها.

٣ - سيكولوجيةالنمو - عبد الفتاح صابر

٤ - دور البيت في تربية الطفل المسلم - خالد الشنتوت.

٥ - خصائص الفقر والأزمات الاقتصادية في العالم الثالث - علي وهب.

٦ - أمراض المجتمع - جليل وديع شكور.

٧ - اللغة الاقتصادية - د. زيد الرماني.

٨ - تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية - سليمان العلي.

٩ - المرأة الخليجية في مجال التربية والتعليم - صالح العساف.

١٠ - تقرير أوضاع العالم ١٩٩٣م.

١١ - ما وراء الأرقام - لوري ما زور.

١٢ - المرأة السعودية والرشد الاقتصادي - تحقيق صحفي.

١٣ - حمّى الشراء - تحقيق صحفي.

١٤ - هوس التسوق عند المرأة - تحقيق صحفي.

١٥ - الإسراف هل هو داء أم دواء - تحقيق صحفي.

١٦ – البعد السياسي للحجاب – شهرزاد العربي .
١٧ – قضايا السكان في الوطن العربي – د. عدنان وديع .
١٨ – الادخار والاستثمار – جعفر الجزّار .
١٩ – الإعلانات التجارية والإسراف – تحقيق صحفي .
٢٠ – اقتصاد البيت المسلم في ضوء الشريعة – حسين شحاته .
٢١ – الواقع الاستهلاكي للعالم الإسلامي – د. زيد الرماني .
٢٢ – إلى مؤمنة – أحاديث لا تنقصها الصراحة – محمد رشيد العويد .
٢٣ – التنشئة الاستهلاكية للطفل – د. نوال رمضان .
٢٤ – البطنة تذهب الفطنة – د. سمير الحلو .
٢٥ – الأطفال والتلوث البيئي – د. نوري الطيب وبشير جرار .
٢٦ – ثورة حفاة الأقدام – برتران شنايدر .
٢٧ – أطفال الشوارع – تقرير اللجنة المستقلة للقضايا الإنسانية .
٢٨ – أنماط السلوك الاستهلاكي عند الاطفال – حلقة دراسية .
٢٩ – الثقافة الاستهلاكية في مجتمع الإمارات – محمد المطوع .
٣٠ – أنماط السلوك الاستهلاكي للطفل في دولة قطر – فاطمة البكر
٣١ – أنماط السلوك الاستهلاكي – عائشة سباع .

٣٢- السلوك الاستهلاكي للطفل - فاطمة البكر.
٣٣- الاستهلاك في المجتمع القطري - أحمد زايد.
٣٤- خصائص النظام الاقتصادي في الإسلام - د. زيد الرماني.
٣٥- السلوك الاستهلاكي وعلاقته بآساليب التنشئة الوالدية - سلوى محمد الهوساوي.
٣٦- المرأة وحماية البيئة - د. عادل رفقي عوض.
٣٧- سلوك المستهلك السعودي في مجال الشراء - مجلس الغرف التجارية الصناعية التجارية.
٣٨- مصادر واستخدام أطفال المدرسة للنقود - دوس وآخرون.
٣٩- أسلوب التنشئة الوالدية والتنشئة الاستهلاكية - جروجوري ميشيل روز.
٤٠- أنماط العلاقات الأسرية واتجاهات ودوافع التسوق - لس كارلسون وآخرون.
٤١- المفاهيم الاستهلاكية في ضوء القرآن والسنة - د. زيد الرماني.
٤٢- دور الاتصالات الأسرية في التعلم الاستهلاكي - روي مور وجورج موستش.
٤٣- المجتمع الاستهلاكي وأوقات الفراغ - د. خضير عباس المهر.

٤٤- الخبز والبنادق - نايجل هاريس.

٤٥- ستار الفقر - محبوب الحق.

٤٦- الجوع القادم - جون لافين.

٤٧- كيف تستثمر أموالك - زاهر المنجد.

٤٨- تقارير منظمة الفاو.

٤٩- تقارير منظمة الصحة العالمية.

٥٠- تقارير البنك الدولي للإنشاء والتعمير.



الفهرس

الموضوع	الصفحة
المقدمة	٥
الفصل الأول: اقتصاديات الطفل	١١-٥٤
- الطفل والتملك	١١
- الطفل والنقود	١٥
- الطفل والاستهلاك	١٩
- الطفل والجوع	٢٤
- الطفل والعمل	٢٧
- الطفل والتليفزيون	٣٠
- الطفل والانحراف	٣٦
- الطفل والأزمات	٤٢
- الطفل وتلوث الغذاء	٤٥
- الطفل وتلوث الهواء	٤٨
- الطفل وتلوث المياه	٥١
الفصل الثاني: اقتصاديات المرأة	٥٥-١٣٢
- المرأة والخير	٥٥
- المرأة والمعرفة	٥٩
- المرأة والعمل	٦٦

- المرأة والإنتاج ٨٢
- المرأة والتنمية ٨٩
- المرأة والاستهلاك ٩٦
- المرأة والحجاب ١٠٤
- المرأة والحلي ١٠٩
- المرأة والزواج ١١٦
- المرأة والخصوبة ١٢٠
- المرأة والجنسانية ١٢٦
الفصل الثالث: اقتصاديات الأسرة: ١٣٣-١٩٤
- الأسرة رئة الاقتصاد ١٣٣
- وقفات مع اقتصاد الأسرة ١٣٦
- وقفات مع استهلاك الأسرة ١٤٤
- وقفات مع ادخار الأسرة ١٥٢
- وقفات مع استثمار الأسرة ١٥٨
- الأسرة وخرافة المالتوسية ١٦٤
- الأسرة وفخ التقسيط ١٦٧
- الأسرة وترشيد الاستهلاك ١٧٤
- الأسرة والتنشئة الاستهلاكية ١٨١
- النمط الاستهلاكي للأسرة ١٨٦
- ميزانية الأسرة ١٩٠

الفصل الرابع: مشكلات اقتصادية أسرية ١٩٥-٢٢٦
- العقلية الاستهلاكية ١٩٥
- سلوكيات اقتصادية خاطئة ١٩٧
- ظواهر سلوكية استهلاكية ١٩٩
- عادات شرائية خاطئة ٢٠٣
- شهوة الشراء عند المرأة ٢٠٥
- الإسراف في استهلاك الطعام ٢٠٧
- هوس الشراء والتسوق ٢٠٩
- منكرات المناسبات الترفية ٢١٥
- الإسراف في المهور والزواج ٢١٨
- الأرقام في حياة الطفل والمرأة ٢٢١
- الأرقام في حياة الأسرة ٢٢٤
الفصل الخامس: تحقيقات اقتصادية أسرية . . . ٢٢٧-٢٨٤
- سلوكيات التخمة ٢٢٧
- الاستهلاك الترفي ٢٤٢
- الإعلانات التجارية ٢٥٠
- التنشئة الاستهلاكية ٢٦٠
- الإسراف والتبذير ٢٦٧
- مستهلكون بلا هوية ٢٧٥

الفصل السادس: المكتبة الاقتصادية الأسرية . . ٢٨٥-٣٣٥
- اقتصاد البيت المسلم ٢٨٥
- التنشئة الاستهلاكية للطفل ٢٨٩
- البطنة تذهب الفطنة ٢٩١
- الأطفال والتلوث البيئي ٢٩٣
- حفاة الأقدام ٢٩٥
- أطفال الشوارع ٣٠٠
- أنماط السلوك الاستهلاكي عند الأطفال ٣٠٥
الثقافة الاستهلاكية ٣٠٧
- أنماط السلوك الاستهلاكي للطفل ٣٠٩
- أنماط السلوك الاستهلاكي ٣١١
- السلوك الاستهلاكي ٣١٣
- الاستهلاك في المجتمع القطري ٣١٥
- السلوك الاستهلاكي والتنشئة الوالدية ٣١٧
- المرأة وحماية البيئة ٣٢٠
- سلوك المستهلك السعودي ٣٢٣
- مصادر النقود عند الأطفال ٣٢٦
- التنشئة الاستهلاكية ٣٢٨
- اتجاهات ودوافع التسوق ٣٣٠

- التنشئة الاستهلاكية للأطفال ٣٣٢
- التعلم الاستهلاكي ٣٣٤
خاتمـة ٣٣٦
ثبت بأهم المصادر ٣٤٠
الفهرس ٣٤٤

❊ ❊ ❊

للقارئ رأيه

● **يقول أبو سليمان الخطابي - رحمه الله -** في ختام مقدمته لتفسير غريب الحديث:

(فأما سائر ما تكلمنا عليه فإنا أحقاء بأن لا نزكيه، وأن نؤكد الثقة به وكل من عثر منه على حرف أو معنى يجب تغييره، فنحن نناشد الله في إصلاحه وأداء حق النصيحة فيه، فإن الإنسان ضعيف، لا يسلم من الخطأ، إلا أن يعصمه الله بتوفيقه، ونحن نسأل الله ذلك، ونرغب إليه في دركه إنه جواد وهوب...).

● **ويقول الراغب الأصفهاني - رحمه الله -**: (عرض بنات الصلب على الخطاب أسهل من عرض بنات الصدور على الألباب...).

لهذا كله يأمل الباحث تزويده بالملحوظات والآراء ليستفيد منها في بحوثه المستقبلية.

د. زيد بن محمد الرماني
ص.ب: ٣٣٦٦٢
الرياض ١١٤٥٨
السعودية

وكلاء التوزيع

في كافة أنحاء المملكة

دار طويق و مؤسسة الجريسي

هاتف الجريسي ٤٠٢٢٥٦٤ فاكس ٤٠٢٣٠٧٦

في قطــــــــــر

مكتبة ابن القيم – ت/ ٤٨٦٣٥٣٣ / ٤٨٧٣٥٣٣

في اليمـــــــــن

دار القدس – ت/ ٢٠٦٤٦٧

في البحـــريـــن

مؤسسة الأيام للصحافة – ت/ ٧٢٥١١١ (المنامة)

في لبنـــــــان

موسسة الريان – ت/ ٧٠٥٩٢٠/ ٠١ – ف/ ٦٥٥٣٨٣/ ٠١ –

جـ/ ٠٠٩٦١٣٢٠٧٤٨٨ البريد الإلكتروني ALRaYAN@cyberia.net.lb

في مصـــــــر

مكتب دار طويق – القاهرة ت/ ٤٥٩٤٦٧٩ محمول/ ٠١٢٢٩٦٤٨٣٦

في الســـــودان

مكتب دار طويق – الخرطوم – السوق العربي ت/ ٧٩٠١٣٤

في الكويت لدى المكتبات التالية

الإمام الذهبي ت/ ٢٦٥٧٨٠٦ دار طيبة ت/ ٩٦٣٥٥٣٢

شركة المجموعة الكويتية ت/ ٢٤٠٥٣٢١ المنار الإسلامية ت/ ٢٦١٥٠٤٥

في الإمارات لدى المكتبات التالية

دبي للتوزيع – ت/ ٢١١٩٤٩ المروج للإنتاج الفني – ت/ ٣٣٣٩٩٩٨

مركز مكة للكتاب والشريط الإسلامي – الشارقة – ت/ ٥٠٦٣٢٢٨٨٢